

Techos de Diamante

Participación política de las mujeres
en el Proceso Electoral Local
2022-2023



Directorio

Lic. Iván de Jesús Flores Ramírez
Encargado del Despacho de la Coordinación Nacional de Comunicación Social

Lic. José Luis Arévalo Romo
Director de Información

C. Elia Soledad Baltazar González
Directora de Comunicación y Análisis Informativo

Líder de Proyecto en Información Cívica y Género
Mtra. Zaira Ivonne Medina Gómez
Coordinadora del Informe

C. Mayra Itzel Rivera Mejía
Analista especializado con perspectivas de género e interseccional en redes sociales

Lic. Luis Fernando Mateo Chavero
Analista especializado con perspectivas de género e interseccional en prensa convencional

Contenido

Acrónimos.....	4
Introducción	5
Metodología	8
Muestra analizada	8
Capítulo 1. Medios de comunicación convencionales.....	15
Periodo de Campaña Electoral	15
Periodo de Jornada Electoral.....	42
Capítulo 2. Redes Sociales	61
Casos de estudio: México y Coahuila	61
Capítulo 3. Uso de las redes sociales por candidatura	91
Conclusiones.....	106
Anexo 1. Metodologías.....	109
Anexo 2. Obtención de la muestra	135
Anexo 3. Bases de datos.....	138
Anexo 4. Índice de gráficas, imágenes y tablas	139

Acrónimos

CNCS: Coordinación Nacional de Comunicación Social

GSD: Grupo en Situación de Discriminación

LGAMVLV: Ley General de Acceso a una Vida Libre de Violencia

LGBTTTIQA+: Lesbianas, Gays, Bisexuales, Travestis, Transgéneros, Transexuales, Intersexuales, Queer, Asexuales y nuevas comunidades y disidencias.

PEL: Proceso Electoral Local

RP: Registros de medios de comunicación convencionales

RS: Registros de la red social X, antes llamada Twitter

VP: Violencia política

VPMRG: Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género

La participación política de las mujeres en el Proceso Electoral Local 2022-2023

Introducción

Durante los procesos electorales, las candidatas a algún cargo público continúan enfrentando inequidad, discriminación y violencia en sus actividades proselitistas. De esta forma, el camino que recorren las mujeres para acceder a un cargo público ha estado marcado por hechos que tratan de afectarlas y que configuran casos de VPMRG, los cuales están presentes tanto en medios de comunicación como en redes sociales.

La Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) del Instituto Nacional Electoral (INE) ha realizado diversos estudios que reflejan los obstáculos y la violencia a la que se enfrentan las candidatas durante los procesos electorales, mismos que han permitido observar las desigualdades entre mujeres y hombres en la cobertura mediática y la conversación pública en redes sociales.

En el Proceso Electoral Local (PEL) 2021-2022¹, mediante el estudio “*Claroscuros*”, la CNCS detectó nuevamente que la cobertura para los hombres que participaron en el Proceso Electoral -como candidatos, dirigentes de partidos, militantes, activistas o funcionarios- fue superior (53.6%) a la cobertura dirigida hacia las mujeres en dicha contienda (46.4%).

De manera particular, las candidatas a una gubernatura (36%) aparecieron como fuentes de información en menor proporción que los candidatos (62.2%); con una diferencia de 26.6% entre ambas cifras, durante el periodo de campaña y el periodo de jornada electoral, el cual abarca el periodo de veda y hasta dos días después de la elección. Esta brecha se cierra solo para el caso de las candidatas a las gubernaturas en comparación con los candidatos a las gubernaturas en 7.2%.

Al mismo tiempo, se detectó que la mayor participación de candidatas trajo consigo una mayor difusión de Violencia Política en contra de las Mujeres en Razón de Género (VPMRG), por lo que del 10.9% de los registros en medios de comunicación convencionales que reportaron algún hecho de violencia, 57.1% fue en razón de género. En el caso de la red social X (27.2%), la Violencia Política (VP) es una tercera parte mayor a los hechos de violencia que se difunden en los medios de comunicación (10.4%), mientras que la violencia digital y mediática afecta más a las mujeres candidatas que a los hombres, en un 64.2% y 35.8% respectivamente.

¹ En el PEL 2021-2022 se eligieron gubernaturas en los estados de Aguascalientes, Durango, Hidalgo, Oaxaca, Quintana Roo y Tamaulipas, así como diputaciones locales, presidencias municipales, sindicaturas y regidurías. Para el caso de las redes sociales, la CNCS solo contempló el análisis de las elecciones llevadas a cabo en los estados de Aguascalientes, Hidalgo y Tamaulipas, a través de la conversación pública durante las campañas electorales, mientras que en medios convencionales este se realizó en todos los estados tanto en los procesos de campaña como de jornada electorales.

Asimismo, la VPMRG mostró tener como destinatarias a las candidatas con alta probabilidad de triunfo, quienes en medios convencionales fueron afectadas principalmente por señalamientos con sesgos y estereotipos de género (59.6%) y violencia de tipo simbólica (7.1%). Es decir, a las candidatas se les sigue señalando por ser hijas de, esposas de o por cuestionar su actuar al salir de las normas culturalmente establecidas.

En redes sociales, por su parte, se identificó que la participación de las mujeres candidatas en las publicaciones (32.7%) fue inferior a la de hombres (67.3%); el sentimiento que más se transmitió a través de estas fue negativo (47.1%) y la violencia simbólica predominó en aquellas entidades donde hubo mujeres candidatas -Aguascalientes (70%) e Hidalgo (58%)- y fueron las agresiones verbales el hecho que más se registró en su contra con 67.6% y 72.1%, respectivamente en cada entidad.

En el caso de Hidalgo, la competencia llevada a cabo entre la candidata Carolina Viggiano y Julio Menchaca reportó una alta violencia en contra de ella, a pesar de no tener las preferencias electorales a su favor; siendo la candidata con mayor porcentaje de hechos de violencia (33.9%) de todos los estados donde hubo elecciones. No obstante, en Aguascalientes donde la contienda fue sólo entre mujeres, la candidata Teresa Jiménez como puntera en las preferencias electorales, recibió los mayores ataques y configuración de casos de VPMRG (20.6%) que se presentaron, en comparación de los recibidos por las candidatas Nora Ruvalcaba (10%) y Anayeli Muñoz (0.3%).

De esta forma, las mujeres continúan realizando una lucha importante por conquistar y garantizar sus derechos político-electorales; si bien, se ha reconocido su derecho a votar y ser votadas, prevalecen obstáculos para que ocupen puestos de elección y continúan experimentando actos o hechos que les impiden su pleno acceso.

La reforma constitucional de “Paridad en todo”, aprobada en 2019, representa un hecho histórico en la lucha de las mujeres para conseguir un equilibrio en la ocupación de puestos de poder; gracias a ella, hoy se encuentran ocupando un mayor número de cargos de elección popular. No obstante, de acuerdo con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en México, el incremento de la presencia de mujeres en todos los niveles decisorios en la vida política y pública está, desafortunadamente, acompañado de altos índices de violencia contra las mujeres que permanecen en la impunidad (PNUD, 2023).

Durante el “Encuentro Mujeres en el Poder Ejecutivo 2023”, Belén Sanz, Representante de ONU Mujeres en México, enunció que, si bien a través de las cuotas de género cada vez existen más mujeres en la política alrededor del mundo, ubicando a México como referente a nivel mundial con la reforma “Paridad en todo”, son múltiples los obstáculos de las mujeres para participar en la política, pero a pesar de ello, hay más mujeres ahora en la política que en la historia de la humanidad (PNUD, 2023) y la población latinoamericana (86%), incluida la mexicana (89%), opina casi en el mismo porcentaje que es posible que en los siguientes 10 años una mujer pueda ser la líder de sus países (Gallup, 2021).

Sin embargo, las brechas en el ámbito político para las mujeres aún son amplias. De acuerdo con el “Reporte de brechas globales de género 2023”, emitido por el Foro Económico Mundial, para reducir dichas brechas es necesario impulsar el empoderamiento político de las mujeres, aunado a otras variables que integran el Índice Global de Brecha de Género (IGBG) 2023, como son la participación económica y oportunidades, los logros educativos y, finalmente, la salud y supervivencia (WEF, 2023).

En este sentido, México retrocedió dos lugares en el IGBC al pasar del sitio 31 al 33 respecto a la medición del año pasado, a casusa de la baja participación económica que tuvieron las mujeres durante este año, por lo que al respecto el Instituto Mexicano para la Competitividad sugiere, como primer paso, analizar las políticas públicas y empresariales que están implementando los países líderes en el IGBG como las economías nórdicas (IEconomista, 2023).

Bajo este contexto, la CNCS elaboró el presente informe “Techos de Diamante”, cuyo objetivo es *determinar cuantitativa y cualitativamente con perspectiva de género e interseccionalidad la participación política y la violencia política en contra de las mujeres en razón de género en los medios de comunicación y la conversación pública en Twitter en la cobertura del Proceso Electoral Local 2022-2023.*

Este texto surge como una investigación que busca esclarecer el siguiente supuesto, producto de la detección correlacional previa entre candidatas punteras en las preferencias electorales y mayor violencia dentro de un contexto electoral específico, el cual refiere que los casos de VPMRG serán mayores contra la candidata que, de acuerdo con las preferencias electorales en el Estado de México, observa mayores posibilidades de triunfo durante el PEL 2022-2023, toda vez que existen desde críticas a su desempeño en distintos cargos públicos hasta señalamientos por posibles actos de ilegalidad sin elementos de prueba que configuran casos de VP en su contra.

El informe comprende tres capítulos. El primero analiza la forma como los medios de comunicación convencionales registraron, documentaron y reflejaron la participación política de las mujeres, la VP y la VPMRG que se identificó en las contiendas electorales de los estados de Coahuila y México. El segundo aborda casos de estudio sobre la violencia digital en la red social X hacia las candidaturas a gubernaturas de los estados de México y Coahuila; y, finalmente, en el tercer y último capítulo se identificó el uso que le dan las candidaturas a su cuenta de la red social X.

Metodología

De acuerdo con la **Metodología para el Informe de Género 2023 (Anexo 1)**, el presente estudio parte del monitoreo y análisis tanto de los registros en medios convencionales (RP en adelante), como de los registros de la red social X (RS en adelante), sobre la participación política de las mujeres durante el PEL 2022-2023 en los estados de México y Coahuila. Se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo de los géneros periodísticos de los medios convencionales de comunicación con el fin de detectar la participación política y VPMRG en contra las mujeres candidatas y funcionaras públicas bajo una visión la perspectiva de género e interseccional. En el caso de los medios convencionales de comunicación (portales de internet, medios impresos, radio y TV) se contempló tomar en cuenta diversos géneros periodísticos (notas informativas, entrevistas, reportajes, columnas y artículos de opinión) con la finalidad de ampliar el análisis.

El monitoreo de medios convencionales contempló dos periodos del Proceso Electoral: campañas electorales (del 2 de abril al 31 de mayo) y jornada electoral (del 1 al 4 de junio porque se incluye el periodo de veda electoral). Para la construcción de las muestras de las bases de datos se determinó realizar muestreo estratificado que permitiera que cada medio convencional tuviera la misma representatividad. Para el análisis se contemplaron 5 categorías: información básica de los RP, fuentes, menciones, violencia, temas y crítica. Respecto al monitoreo de la red social X, solo se consideró el periodo de campañas electorales. Para este análisis se utilizaron las categorías: tipos de cuenta, menciones, violencia y crítica.

Muestra analizada

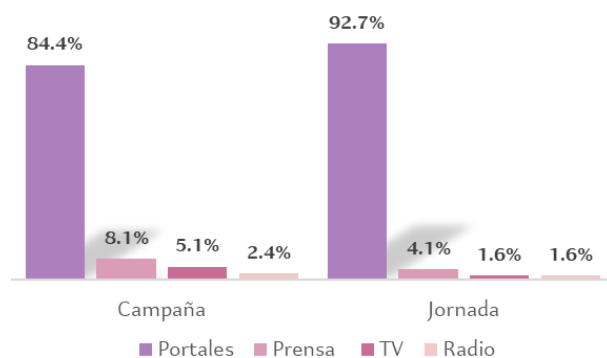
Medios convencionales

Del monitoreo de medios convencionales se obtuvieron 11,686 registros en el periodo de campaña electoral y en jornada electoral, siendo **un total de 1,815 registros**. Para ambas fases **se realizó una muestra estratificada** (tomando en cuenta el tipo de medio) el cual quedó integrado de la siguiente forma: **periodo de campaña 371 registros; periodo de jornada 315 registros**².

Las muestras realizadas quedaron integradas de la siguiente forma: en ambos periodos los portales informativos registraron el mayor número de publicaciones, en el caso de la campaña electoral contempla el 84.4% y para la jornada el 92.7%. Otros medios informativos obtuvieron un porcentaje como: prensa 8.1% en campaña y 4.1% en jornada; televisión, 5.1% en campaña y 1.6% en jornada; por último, radio, 2.4% en campaña y 1.6% en jornada (*gráfica 1*).

² Para el análisis de este periodo se contemplaron 315 registros de los 317 que arrojó la muestra, toda vez que dos registros no cumplían con los criterios para poder ser analizados.

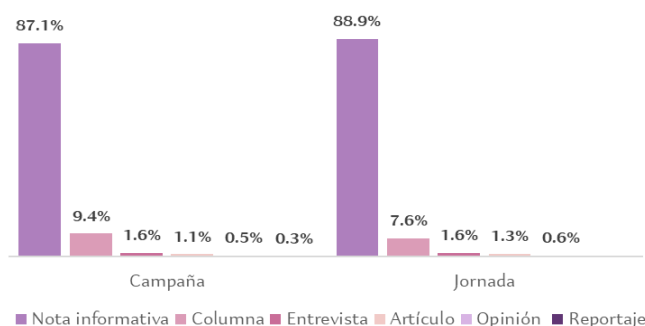
GRÁFICA 1. TIPO DE MEDIOS CONVENCIONALES



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En medios convencionales se tomaron en cuenta géneros periodísticos que contemplan diversas expresiones que pudieran afectar a las candidatas, que habitualmente no se observan en notas informativas, como columnas y artículos de opinión. La nota informativa prevaleció en ambos periodos con un porcentaje superior al 80%; el segundo género con mayor número de registros fue la columna de opinión: con 9.4% en el periodo de campaña y 7.6% en el periodo de jornada (*gráfica 2*).

GRÁFICA 2. TIPO DE GÉNERO PERIODÍSTICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

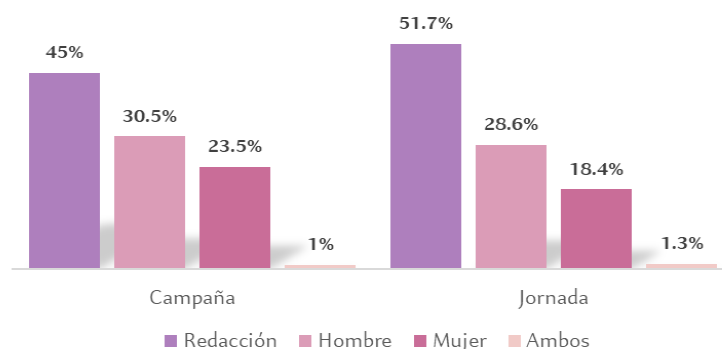
Un elemento importante para realizar el análisis es identificar a la persona responsable de la información que se publica, a través de un nombre propio que permita observar a qué género pertenece y la cobertura que dio a cada proceso electoral, específicamente a las diversas candidaturas que compitieron y en particular a las mujeres candidatas o si esta simplemente es firmada por la redacción de cada medio.

En la mayoría de los registros no se reconoció a una persona responsable del contenido informativo o de opinión, identificándose que eran firmados como *redacción*; en ambos periodos, el porcentaje supera el 40%. **En aquellos registros en los cuales sí se identificó a una persona responsable, los hombres son quienes más cobertura dieron al proceso electoral, para campaña el porcentaje fue del 30.5% y para jornada del 28.6%.** Mientras que, en el caso de las notas firmadas por mujeres, el

porcentaje en periodo de campaña alcanza el 23.5% y en jornada el 18.4%. A partir de esta información se deduce que **al interior de los medios convencionales se deben también realizar esfuerzos para dar mayor voz en la escritura a las autoras** (gráfica 3).

De esta forma, un cuestionamiento interesante que se puede plantear para estudios posteriores es: *¿existirá realmente una cobertura periodística igualitaria para las y los candidatos por parte de las personas periodistas sin importar el género?*

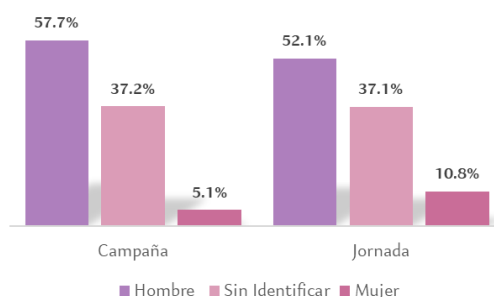
GRÁFICA 3. AUTORES DE LOS RP POR GÉNERO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Tomando en consideración que la persona que ocupa la dirección del medio marca la línea editorial bajo la cual se dará cobertura a diversos hechos informativos, en este caso durante los procesos electorales, identificar el género de la persona que ocupa la dirección de los medios convencionales resulta importante ya que permite observar cómo se trata la información. En los dos periodos analizados se identificó que **las direcciones de los medios de comunicación analizados son ocupadas por hombres, superando dicha cifra el 50% para ambos periodos**. En contraste, el porcentaje de las mujeres que ocupan la titularidad de un medio de comunicación disminuye notoriamente, ya que para el caso de campaña solo alcanza el 5.1% y para jornada el 10.8%. Un aspecto a destacar es que en algunos medios no se identificó la persona que lo dirige pues no existe un directorio que proporcionara tal información (gráfica 4).

GRÁFICA 4. TITULAR DEL MEDIO POR GÉNERO

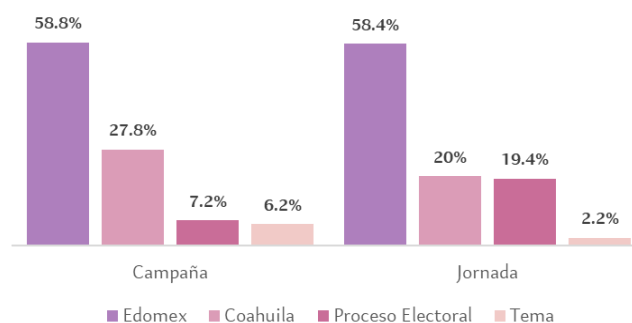


Elaboración CNCS, noviembre 2023

En la cobertura que se dio a ambos procesos electorales, tanto en campaña como en jornada electoral, **el proceso llevado a cabo en el Estado de México fue el que recibió mayor cobertura periodística (58.8% y 58.4%, respectivamente)**; mientras que en el estado de Coahuila esta fue menor, en ambos periodos este estado alcanzó poco más del 20% de los registros periodísticos analizados (*gráfica 5*). Lo que refleja que para los medios convencionales la competencia por la gubernatura del Estado de México, que se dio entre mujeres, fue más relevante que aquella competida únicamente por hombres, llevada a cabo en el estado de Coahuila.

Lo anterior puede ser producto de una serie de variables que explican la importancia social y económica que dicho estado representa a nivel nacional como son: ser el estado con mayor densidad poblacional en el país³; ser la zona conurbada a la Ciudad de México más importante, ya que dos tercios de su población habita en la Zona Metropolitana del Valle de México; ser el segundo estado que más aporta al Producto Interno Bruto a nivel nacional (9.0%)⁴; así como que, de acuerdo con cifras del INE, el Estado de México cuenta con un importante número de personas inscritas en el padrón electoral -13,070,774-, en comparación con las 2,419,932 del estado de Coahuila (INE, Estadísticas Lista Nominal y Padrón Electoral, 2023).

GRÁFICA 5. COBERTURA DE LOS PROCESOS ELECTORALES



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Si bien existe una diferencia en la cobertura específica de cada proceso electoral en particular, también se identificaron notas que hicieron referencia al PEL de manera general, mismas que en campaña alcanzaron un 7.2% y en jornada un 19.4%.

Un último aspecto identificado en los registros que conformaron la muestra fueron los temas con importancia significativa para la democracia, con el fin de registrar el interés que representan para los medios de comunicación el cubrirlos durante los procesos electorales. Algunos de los temas de interés para el Instituto que fueron retomados son: la ley 3 de 3 contra la violencia, paridad, Grupos

³ Con base en el Censo 2020 del INEGI, el estado de México es la entidad más poblada del país con 16,992,418 habitantes, por lo que representa el 13.5% de la población nacional en el país (INEGI, 2020).

⁴ Dentro de las entidades con mayor aportación al PIB Nacional, el estado de México se ubica en segundo lugar con un 9.0%, solo por debajo de la Ciudad de México en la que se produce el 14.6% de la riqueza a nivel nacional (INEGI, 2022).

en Situación de Discriminación (GSD) y hechos de VPMRG⁵. El porcentaje de los registros donde se identificó algún tema institucional relevante fue de 6.2% en campaña y de 2.2% para jornada.

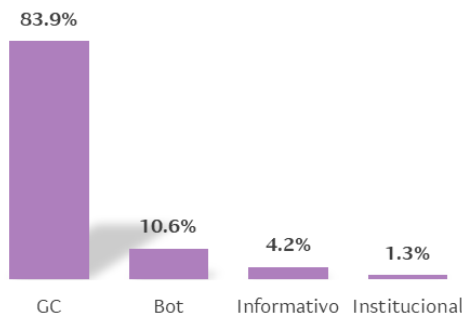
Redes sociales

Con el fin de conocer qué se dijo sobre los candidatos durante las campañas se obtuvo toda mención en la red social X con las palabras candidata, candidato, candidatas, candidatos, candidatura, candidaturas, así como las cuentas oficiales de las y los aspirantes y algunos *hashtags* identificados con sus campañas políticas.

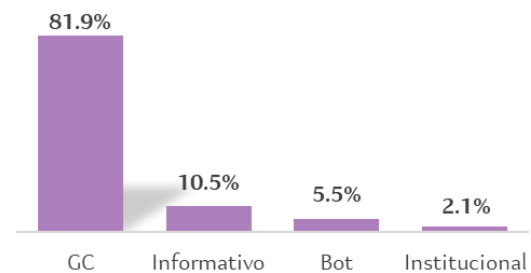
Se obtuvieron 59,438 publicaciones dedicadas a la elección de Coahuila y 321,279 tuits sobre la desarrollada en el Estado de México; a partir de las cuales se generaron dos muestras aleatorias la primera integrada por **381 tuits para Coahuila y 1,052 registros para Estado de México**. Las publicaciones (RS) se analizaron con base en la metodología establecida, identificándose los siguientes tipos de cuentas que participaron en la conversación: Generadores de Contenido (en adelante GC), Informativa, Bot e Institucional (Ver Anexo 1).

Con base en estas categorías se identificó el tipo de RS que integraron el total de las muestras. Así, como se observan en las *gráficas 6 y 7*, en ambos estados **la conversación estuvo dominada por cuentas pertenecientes a cuentas de GC las cuales superan el 80%**. Por entidad, en el Estado de México los RS emitidos por *bots* ocuparon el segundo sitio con 10.6%; mientras que en Coahuila estas publicaciones aparecieron en tercer sitio con 5.5%. Finalmente, la conversación en Coahuila fue de mayor interés para los medios de comunicación y portales informativos que la del Estado de México pues, en la muestra estas publicaciones representaron 10.5% contra 4.2%, respectivamente.

GRÁFICA 6. TIPO DE RS EN EL ESTADO DE MÉXICO



GRÁFICA 7. TIPO DE RS IDENTIFICADOS EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

⁵ Si bien, de manera prioritaria se identificaron los hechos de VPMRG que se presentaron en medios convencionales durante el periodo electoral, también se clasificaron como temas aquellos hechos de VPMRG que se desarrollaran en los estados donde no hubo Proceso Electoral, con el fin de identificar los casos en contra de las candidatas y funcionarias en el marco de este.

En lo que respecta a los RS emitidos por instituciones, estos aparecieron en cuarto lugar en las muestras de ambas entidades, pero destaca que en Coahuila fueron más partícipes en la conversación con 2.1%, mientras que en el Estado de México está fue menor (1.3%), dato que podría reflejar tanto el apoyo que hicieron los partidos y coaliciones a las y los candidatos, como la promoción que hubo a las elecciones por parte de los institutos electorales locales.

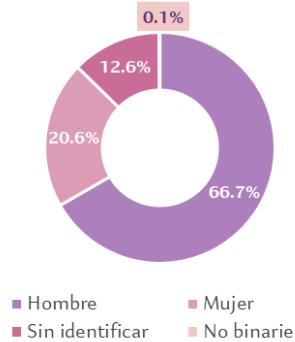
A continuación, se presentan algunos ejemplos de las publicaciones analizadas por tipo de registro:

- En el Estado de México
 - **Generador de Contenido (GC).** “*Hacen posible que la opinión y verdad de otros sea escuchada, admiro su valentía, esfuerzo y dedicación que ponen a su profesión*” Publicado por Gustavo Lozano (@gustavollozano) - <https://goo.su/xKRvg>
 - **Informativo.** “.@AlejandraDMV y @delfinagomez reciben su registro como candidatas a la gubernatura mexiquense” Publicado por El Heraldo de México (@heraldodemexico) - <https://goo.su/xO4Nmk>
 - **Bots.** “Alguien me puede informar en donde va a estar hoy 4 de abril la candidata Delfina Gomez (sic). Lugar y horarios.” Publicado por Juan Carlos Arredondo Chopin (@Juancar40369691) - <https://goo.su/uiPb>
 - **Institucional.** “@GobNAu @SoyNaucalpan @Mariana_Moguel #elecciones #atizapan #tlalnepantla #governadoraedomex #PRI #PAN #PRD #nuevalianza #aledelmoral #interlomas #Toluca” Publicado por EstamosATiempoMexico (@EstamosAT_MX) - <https://goo.su/AwSm>
- Coahuila
 - **Generador de Contenido (GC).** “Se acuerdan cuando el verde les pago a influencers por tuitear a favor de su **candidato** en veda, pues ahora lo hace morena para atacar a **Ricardo Mejia** y al PT.” Publicado por Rodolfo Fierro (@elchairorodolfo) - <https://goo.su/ZOoTHQ>
 - **Informativo.** “Monreal pide al PVEM declinar por **Guadiana**: ‘Se pone en riesgo la elección del próximo año’ <https://shorturl.at/aouEH> #Coahuila #RicardoMonreal #PVEM #MORENA”. Publicado por Radio Zócalo Noticias (@Radio_Zocalo) - <https://goo.su/BiCfij>
 - **Bots.** “Me pregunto cuánto dinero llevan gastado para ir todos vestidos iguales 🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪🤪”. Publicado por KLYJD (@2JDKLz) - <https://goo.su/gQmX>
 - **Institucional.** “Todo listo para la Concentración Ciudadana 📢📢📢 Conozcamos las propuestas de @manolojim, un **candidato** ciudadano. ¡Nos vemos mañana!!!”
 - 📅 Domingo 14 de mayo de 2023.
 - 🕒 10:30 AM (hora local)
 - 📍 Fuente del Pensador, en la Alameda de Torreón, Coahuila.” Publicado por Poder Ciudadano Mx x Mx (@PodermxMx) - <https://goo.su/ILsze0>

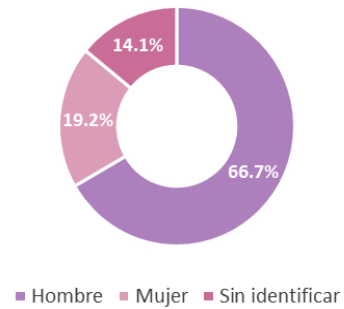
Los RS emitidos por GC son una clave para conocer la opinión del electorado pues, se asume que son personas reales que simpatizan o no con las personas candidatas y partidos políticos, así como estar interesadas en las elecciones. En general **en la conversación sobre la elección del Estado de México y de Coahuila, los hombres emitieron más publicaciones que las mujeres** pues, en cada

entidad tuvieron una participación de 66.7%. En tanto, las mujeres ocuparon el segundo sitio de participación con 20.6% en la conversación del Estado de México (*gráfica 8*) y con 19.2% en el estado de Coahuila (*gráfica 9*), situación que evidencia que las mujeres cada vez se animan más a tomar posturas políticas en las redes sociales. Pese a ello, es posible asumir que **la conversación pública sobre una esfera históricamente dominada por hombres continúa.**

GRÁFICA 8. GÉNERO DE GC EN LA CONVERSACIÓN DEL ESTADO DE MÉXICO



GRÁFICA 9. GÉNERO DE GC EN LA CONVERSACIÓN DE COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

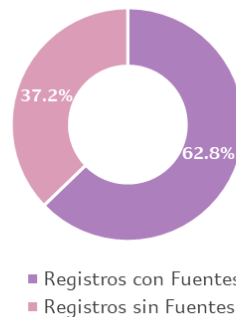
Capítulo 1. Medios de comunicación convencionales

Periodo de Campaña Electoral

Fuentes informativas

Durante las campañas políticas las y los periodistas tuvieron el papel de dar voz a quienes participaron durante el PEL 2022-2023, en particular a las personas candidatas. Se **identificó al revisar la información de los medios convencionales, que solo el 37.2% de los registros contenía fuentes informativas**,⁶ mientras que el 62.8% restante no, debido a que **los periodistas solo se dedicaron a la relatoría de la información (gráfica 10)**.

GRÁFICA 10. FUENTES INFORMATIVAS EN LOS RP

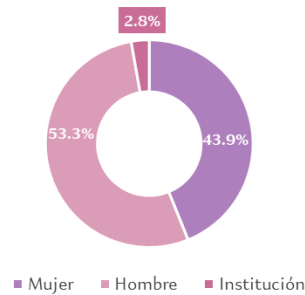


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al interior de la información, se identificó que **los hombres continúan como protagonistas en las fuentes informativas de los RP cuando se cubre un hecho noticioso (53.3%)**, independientemente del cargo político que ostentan, en comparación con las mujeres (43.9%). La brecha sigue siendo significativa entre ambos géneros, se continúa privilegiando y perpetuando la voz de los hombres haciendo indiscutible el sesgo y el desequilibrio mediático por parte de **los medios de comunicación**, quienes **aún consideran a los hombres como la voz hegemónica**. Mientras que en menor medida algunos medios tomaron como fuente informativa a los comunicados oficiales de alguna institución involucrada en las campañas electorales (2.8%). Del anterior análisis **se deduce que el género es una variable estructurante del contexto político en términos generales y que es necesario seguir trabajando desde el ámbito institucional con los medios periodísticos (gráfica 11)**.

⁶ Fuente: se refiere a la persona o institución que está directamente involucrada en un hecho noticioso, cuyos puntos de vista se retoman a manera de declaración en el RP.

GRÁFICA 11. GÉNERO DE LAS FUENTES INFORMATIVAS



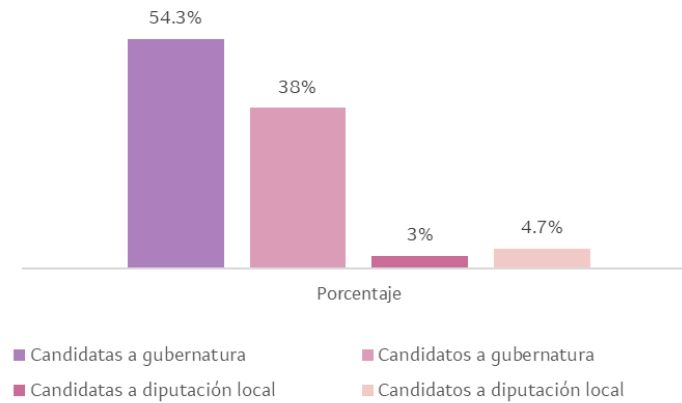
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Cuando se realiza el desglose de los cargos de las personas que son tomadas como fuentes de información, se detecta que son las personas candidatas a las gubernaturas quienes dominan la conversación. Se revela que la mayor atención por parte de los medios de comunicación se vira en función del mayor rango del cargo público a elegir. Entre las personas que compitieron por la gubernatura, ya sea en el Estado de México o Coahuila, se dominó la conversación (47%), seguido de los dirigentes (16.6%), las personas de interés⁷ (9.6%), las personas legisladoras (9%), entre otras personas -funcionarias (6.1%), funcionarias electorales (4.6%), candidatas a diputaciones locales (3.9%), Instituciones (2.2%) y personas de medios de comunicación (1%)-.

Al tomar en cuenta a las candidaturas a gubernaturas como fuentes informativas (47%), se identificó que las candidatas del Estado de México fueron quienes dominaron la conversación (54.3%) en comparación con los candidatos a la gubernatura de Coahuila (38%). Sin embargo, al ser la primera vez en la historia del estado en la que compitieron solamente mujeres por este cargo, se detectó que para los medios de comunicación no fue el género la variable de mayor peso para poder definir las fuentes informativas en su cobertura periodística, sino que en ello el cargo también influyó. Las candidaturas a diputación local pierden relevancia ante el foco que se le da a las candidaturas a gubernaturas. (gráfica 12).

⁷ Persona de interés: cualquier persona que no sea candidata, funcionaria pública, funcionaria electoral, legisladora y periodistas.

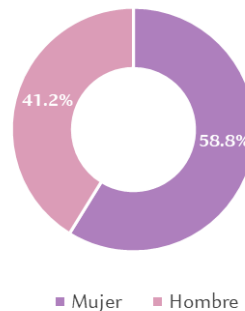
GRÁFICA 12. CANDIDATURAS POR GÉNERO COMO FUENTES INFORMATIVAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Adentrado el análisis a nivel gubernatura (gráfica 13), las acciones de las y los reporteros de los medios convencionales cambian, **las candidatas al Estado de México son tomadas como fuentes informativas en 58.8% de los registros**, por encima de los cuatro contendientes en el estado de Coahuila (41.2%). **Se revela que cuando compiten solo hombres o solo mujeres por el mismo cargo en distinto territorio, no es el género ni solo el cargo lo que estructura que se les de voz estas últimas, ya que también el territorio en disputa tiene un peso importante.**

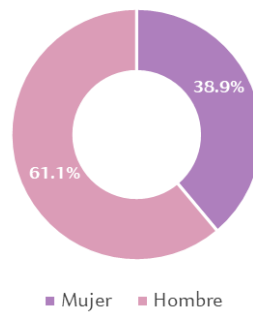
GRÁFICA 13. GÉNERO DE FUENTES P.C. A GUBERNATURA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En lo que respecta a nivel local, se observa que, **para las diputaciones locales competidas en Coahuila, a quienes mayor voz les dieron las y los periodistas fue a los candidatos (61.1%), a diferencia de las candidatas (38.9%).** Se infiere que **bajo un mismo espacio geográfico y conteniendo bajo el mismo cargo, el género es la variable de mayor peso que evidencia las brechas que existen en la cobertura que realizan los medios convencionales hacia las candidaturas (gráfica 14).**

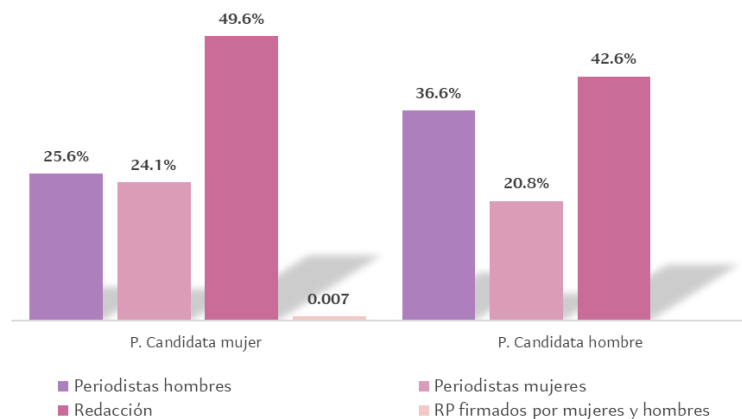
GRÁFICA 14. GÉNERO DE FUENTES P.C. A DL



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En relación con quién redacta la información, se observa que las periodistas dieron voz casi en la misma proporción tanto a mujeres aspirantes a un cargo de elección popular (24.1%) como a hombres (25.6%), mientras que los periodistas otorgaron mayor voz a los candidatos (36.6%) en comparación con las candidatas (20.8%). **Se confirma que invisibilizar y limitar la voz a las aspirantes a las gubernaturas y a las funcionarias, es producto de pactos patriarcales que se refrendan como parte de un contrato social a nivel mediático para mantener el orden patriarcal.** Razón por la que es oportuno que se continúe reforzando la voz de las mujeres y la paridad de género en los medios de comunicación. En casi la mitad de la información donde no se reconoce el género de quien firma o construye la información (redacción), se corre el riesgo de ocultar a quienes pudieran ejercer violencias (gráfica 15).

GRÁFICA 15. COBERTURA MEDIÁTICA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

A pesar de que las mujeres son un grupo importante de la población mexicana, de manera histórica se le han vulnerado derechos civiles y políticos; no obstante, no es el único. Para esta investigación

se consideraron a los GSD⁸, con la finalidad de identificar cómo son percibidos como fuentes informativas. Entre los hallazgos se detectó que **los GSD son invisibilizados por los medios de comunicación y apartados de la conversación política en gran proporción (99.4%), anulando sus demandas sociales**. Por su parte, el 0.6% restante -integrado por personas indígenas, comunidad LGBTQTIA+ y personas adultas mayores- apenas empieza a ser nombrado por los medios de comunicación convencionales. **Por ende, es fundamental sensibilizar a los medios convencionales en dar voz a los GSD.**

GRÁFICA 16. GSD COMO FUENTES

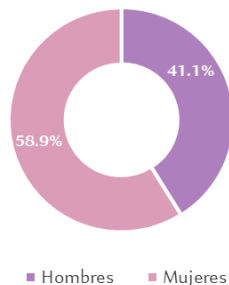


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Menciones

Cuando se cubre un hecho noticioso, las personas pueden aparecer además de como fuentes informativas a través de las menciones que se hacen hacia ellas. **Respecto a las menciones realizadas a las personas candidatas (gráfica 17), se halló que son mujeres las más mencionadas en los registros (58.9%) en comparación con los candidatos (41.1%). Se reafirmó que las candidatas son más tomadas en cuenta cuando alguien habla de ellas o por ellas**, refrendando la tesis de Basaglia (1987) sobre ser mujer para los otros y existir a través de los otros. En atención a lo cual, **es necesario reforzar la idea tanto a las y los periodistas de medios convencionales como a las candidatas, sobre la importancia de visibilizar y empoderar la propia voz sin intermediarios.**

GRÁFICA 17. MENCIONES A P. CANDIDATAS POR GÉNERO

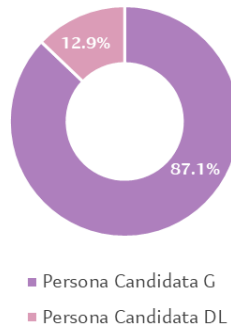


Elaboración CNCS, noviembre 2023

⁸ En la metodología se especifica quienes conforman los GDS: personas con discapacidad, migrantes, adultas mayores, indígenas y de la diversidad sexual.

En cuanto a las menciones de las personas candidatas (*gráfica 18*), se dio mayor importancia a las que aspiraban a las gubernaturas (87.1%), esto en comparación con la cobertura que se dio a las candidaturas que contendieron por alguna de las diputaciones locales en Coahuila⁹, el porcentaje de las menciones refleja que esos cargos no representan el mismo interés por quienes dan cobertura a los procesos electorales (12.9%).

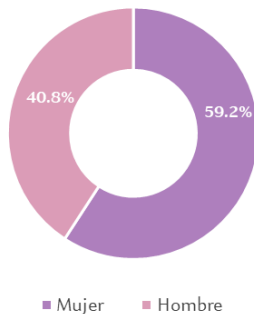
GRÁFICA 18. CANDIDATURAS MENCIONADAS POR CARGO



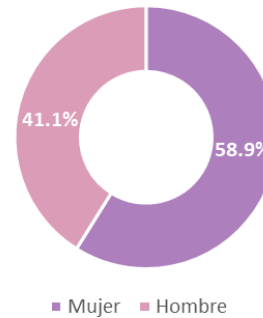
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Del total de menciones de candidaturas se observa que en ambos escenarios fueron más mencionadas las candidatas a gubernatura (58.9%) y a una diputación local (59.2%), a diferencia de los candidatos (41.1% y 40.8% respectivamente). Sin embargo, aunque en porcentaje similar se habló de candidatas a la gubernatura como a diputaciones locales, es preciso recordar que **existe una desventaja para las contendientes a un cargo local porque los medios dirigieron la atención a quienes buscaron ser gobernadoras por la magnitud del fenómeno**. Es decir, en la cobertura se priorizó el cargo frente al género de quienes en estos casos competían (*gráfica 19 y 20*).

GRÁFICA 19. GÉNERO DE CANDIDATURAS A DIPUTACIONES LOCALES



GRÁFICA 20. GÉNERO DE CANDIDATURAS A GUBERNATURAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

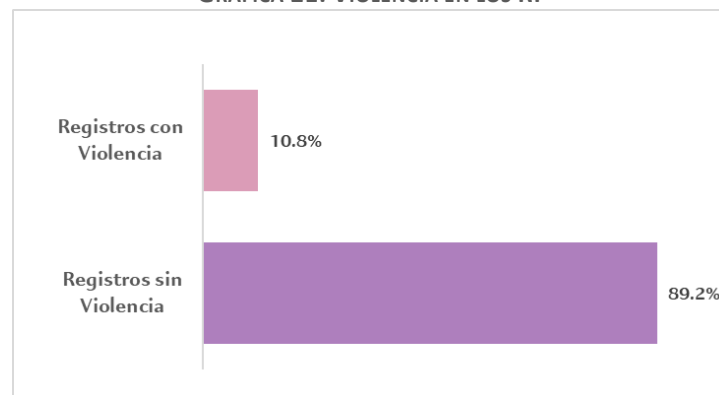
⁹ De acuerdo con el sitio oficial del Instituto Electoral de Coahuila, el número de personas registradas para ocupar una diputación local fue de 84: 42 mujeres y 42 hombres (IEC, 2023).

Violencia

Este apartado tiene como objetivo detectar toda aquella violencia que afectó a las candidatas que competieron en el PEL 2022-2023 o funcionarias públicas. Los dos tipos de violencia que se identificaron son la VP¹⁰ y la VPMRG¹¹, la primera se analizará en virtud de que en contextos políticos no toda la violencia contiene elementos de género. Es decir, al ser un espacio donde el debate, la crítica y la confrontación de ideas puede llevar a escenarios donde las opiniones emitidas hacia las personas candidatas pueden estar enfocadas a dañar o afectar sus derechos político-electorales, conformando así casos de VP.

Durante el periodo de campañas electorales las diversas candidaturas fueron susceptibles a sufrir algún tipo de violencia. **En el monitoreo de RP (gráfica 21), el porcentaje de registros con violencia (VP y/o VPMRG) fue de 10.8%** en comparación con aquellos que no presentaron el fenómeno (89.2%). Es imprescindible señalar que **por muy pequeño que sea el porcentaje**, la violencia puede tener otros alcances, inclusive puede afectar no solamente a las candidatas, sino también a sus familiares, amistades y personas colaboradoras, entre otros. Por lo cual, **se debe promover cero tolerancia a cualquier tipo de manifestaciones de violencia durante todas las fases del proceso electoral, mediante la sensibilización a actores políticos, sociedad civil, instituciones y medios de comunicación.**

GRÁFICA 21. VIOLENCIA EN LOS RP



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Durante el PEL 2022-2023, las candidatas y funcionarias públicas, se han visto afectadas por señalamientos no solo de hechos infundados de actos ilegales que perjudican su imagen pública, sino también por cuestionamientos sobre su forma de vestir, de comportarse o incluso cuestionadas por su carrera o capacidad política. Se detectó, de acuerdo con la *gráfica 22*, que **han sido perjudicadas en mayor medida por caso¹² de VP (75%) en comparación con la VPMRG (25%). Existe**

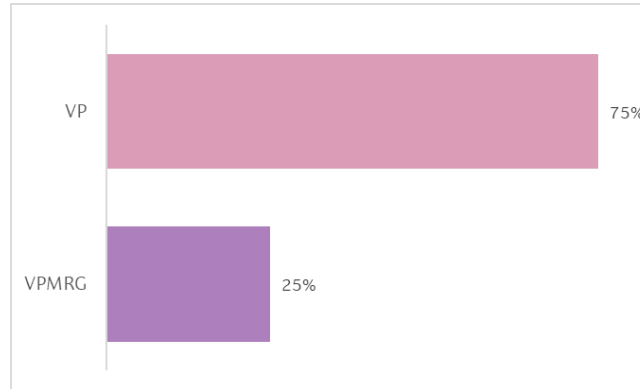
¹⁰ El concepto de VP puede consultarse en el Anexo 1 de la metodología.

¹¹ El concepto de VPMRG puede consultarse en el Anexo 1 de la metodología.

¹² El análisis de la violencia se realiza a partir de este momento sobre el total de casos de violencia que suman un total de 48.

una correlación positiva, entre atención mediática y violencia visibilizada hacia ellas. No es de extrañarse que los medios convencionales sean un dispositivo de poder¹³, que contribuyen y refuerzan el sistema patriarcal; por consiguiente, es esencial continuar con el trabajo de capacitar a los medios de comunicación sobre temas VP y VPMRG.

GRÁFICA 22. TIPO DE VIOLENCIA HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS PÚBLICAS

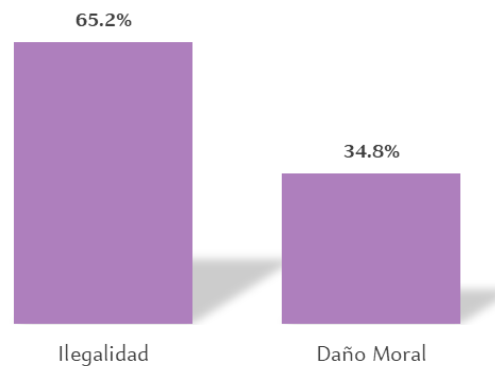


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Violencia Política (VP)

Cuando se habla de VP se toman en cuenta a aquellos hechos o discursos que estén enfocados a dañar o afectar sus derechos políticos electorales o a afectar la competencia equitativa, sin contener algún elemento de género que las afecte de forma desproporcionada con respecto a los hombres. En campañas electorales, la gráfica 23 muestra que, según los tipos de VP hacia candidatas y funcionarias públicas, la proporción de ilegalidad es mayor (65.2 %) comparada con la del daño moral (34.8%).

GRÁFICA 23. TIPO DE VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS

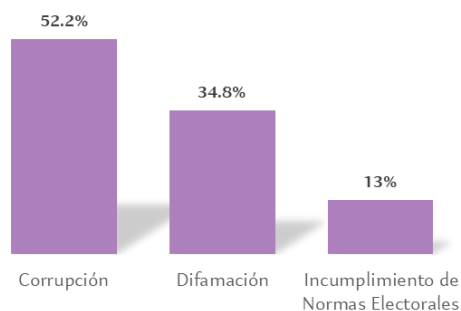


Elaboración CNCS, noviembre 2023

¹³ Según Foucault (como se citó en Agamben, 2011) “[El dispositivo] se trata de un conjunto heterogéneo que incluye virtualmente cada cosa, sea discursiva o no: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas policíacas, proposiciones filosóficas. El dispositivo, tomado en sí mismo, es la red que se tiende entre estos elementos”.

Respecto a los hechos de VP hacia las candidatas y funcionarias públicas se detectó que son señaladas mayoritariamente por actos de corrupción (52.2%), seguido por la difamación (34.8%) y por incumplimiento de normas electorales (13%). Las postulantes que fueron más atacadas por los dos primeros hechos fueron Delfina Gómez y Alejandra Del Moral, lo que no necesariamente tiene que ver con el cargo sino con el foco que ponen los medios sobre las candidaturas.

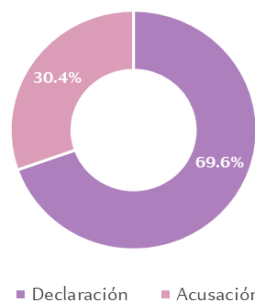
GRÁFICA 24. HECHOS DE VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS PÚBLICAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

De acuerdo con la metodología, existen tres formas por las cuales se difunde la VP hacia las candidatas, a través de denuncia, declaración¹⁴ o acusación¹⁵ en medios de comunicación. En el monitoreo se detectó que es mediante la declaración como se captan mayoritariamente los hechos de VP (69.6%), seguido de las acusaciones (30.4%), lo cual provoca que quede silenciada la voz de las candidatas bajo la construcción sociocultural de lo que es ser mujer (gráfica 25). De acuerdo con Bourdieu (2000), a las mujeres se les somete desde la niñez a ser abnegadas, a resignarse y a siempre guardar silencio. Por consiguiente, el otorgar herramientas técnicas a las candidatas y funcionarias para alzar la voz ante las violencias que enfrentan en el ámbito político resulta fundamental.

GRÁFICA 25. DIFUSIÓN DE LA VP HACIA CANDIDATAS



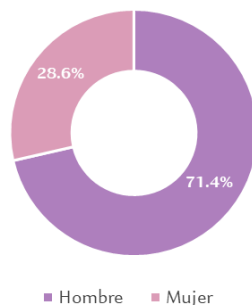
Elaboración CNCS, noviembre 2023

¹⁴ Declaración: hace alusión a un hecho o un tema de violencia del cual hace referencia cualquier persona (Ver Anexo 1).

¹⁵ Acusación: hace referencia a una acusación directa hacia una persona, candidata o funcionaria pública o persona que ocupe un cargo de elección popular sobre un hecho de violencia y puede ser realizada por cualquier persona o institución (Ver Anexo 1).

La *gráfica 26* da muestra de que **los hombres son quienes cometen más actos de VP contra las candidatas con acusaciones de ilegalidad o daño moral (71.4%)**, en comparación con los cometidos por parte de mujeres (28.6%). Lo anterior es **resultado de las masculinidades violentas producto del orden hegemónico**.

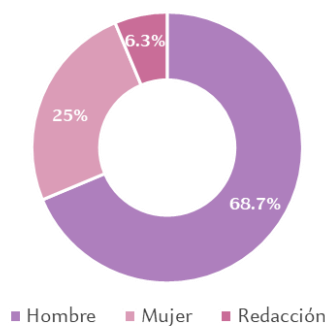
GRÁFICA 26. GÉNERO DE QUIEN ACUSA LA VP



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Asimismo, **los hechos de VP que tienen relación con alguna candidata o funcionaria pública (*gráfica 27*) son declarados en su mayoría por hombres (68.7%)**, seguidos por las mujeres (25%). Se deduce a partir de los datos, que **a medida que más mujeres participan en los procesos electorales se abre camino hacia la construcción de un espacio de denuncia, declaración y acusaciones en los medios de comunicación y con ello la consolidación de nuevas voces en la democracia**.

GRÁFICA 27. GÉNERO DE QUIEN DECLARA LA VP HACIA LAS CANDIDATAS O FUNCIONARIAS PÚBLICAS

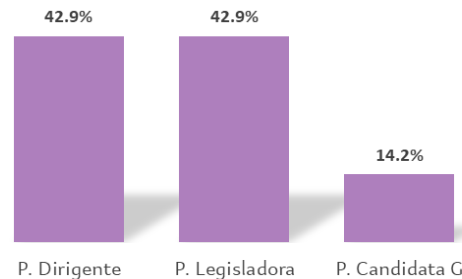


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Respecto a los cargos de las personas que más acusan la VP hacia candidatas o funcionarias públicas a través de los medios convencionales (*gráfica 28*), las personas dirigentes de un partido

político¹⁶ fueron quienes más lo hicieron (42.9%), seguido de personas legisladoras¹⁷ (42.9%) y, finalmente, están las personas. candidatas a la gubernatura (14.2%).

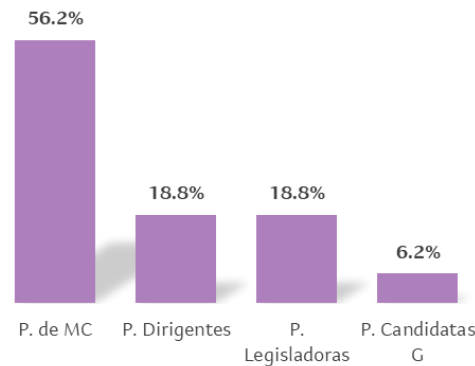
GRÁFICA 28. CARGO DE LA PERSONA QUE ACUSA LA VP HACIA CANDIDATAS O FUNCIONARIAS PÚBLICAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En el caso de los cargos de quienes realizan una declaración de VP hacia las candidatas o funcionarias, se identificó que las personas de medios de comunicación¹⁸ son las que encabezan esta acción (56.2%), seguido de las personas dirigentes y de las personas. legisladoras (ambas con el 18.8%) y, finalmente, las personas candidatas a la gubernatura son quienes lo hacen en menor medida (6.2%).

GRÁFICA 29. CARGO DE LA PERSONA QUE DECLARA LA VP HACIA CANDIDATAS O FUNCIONARIAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

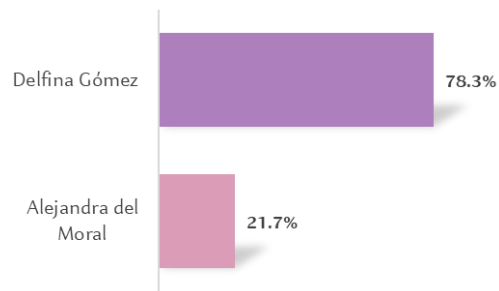
Sobre las candidatas a la gubernatura del estado México (*gráfica 30*), se identificó que **la candidata de la coalición “Juntos Hacemos Historia en el Estado de México” experimentó mayor VP (78.3%)** en comparación con la candidata de la alianza “Va por el Estado de México”, Alejandra Del Moral (21.7%).

¹⁶ Persona dirigente: hace referencia a la persona que tienen un cargo dentro de la estructura de un partido político sea nacional o estatal sin importar su rango.

¹⁷ Persona legisladora: hace referencia a las personas que ocupan un cargo de elección popular en las cámaras de diputados federal o locales, en la cámara de senadores sin importar el cargo que ocupe o la comisión que presida.

¹⁸ Persona de MC: hace referencia a una persona de medios de comunicación que escribe el RP.

Gráfica 30. Candidatas más afectadas por VP



Elaboración CNCS, noviembre 2023

El tipo de VP que afectó mayormente a la candidata Delfina Gómez (gráfica 31) fue la ilegalidad¹⁹, correspondiente a hechos de corrupción (55.6%), seguido de daño moral por hechos de difamación²⁰ (44%).

GRÁFICA 31. TIPO DE VP QUE AFECTÓ A DELFINA GÓMEZ



Elaboración CNCS, noviembre 2023

A continuación, se presenta un ejemplo de actos de ilegalidad:

A la candidata se le señaló como la responsable sobre el caso del descuento al salario a los trabajadores del municipio de Texcoco; situación que a pesar de existir una sentencia del TEPJF en el que se señala al partido político más no a la candidata como responsable de dichos descuentos²¹, por lo que dichas señalizaciones pueden constituir un daño moral a la misma.

Ejemplo de daño moral:

¹⁹ De acuerdo con lo publicado en la metodología, el término ilegalidad se utiliza cuando una persona candidata es acusada con pruebas o datos de un acto ilegal o clasificado como delito.

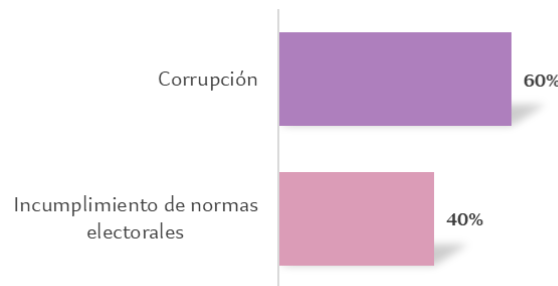
²⁰ Por su parte, el término daño moral se utiliza cuando se realiza o distribuye propaganda política o electoral que calumnie, degrade o descalifique a una persona candidata con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos electorales.

²¹ De acuerdo con lo publicado en la página del Tribunal Electoral del Poder Judicial de la Federación (TEPJF) (<https://goo.su/qxuWRb>) cuya resolución se puede consultar de la siguiente forma: SUP-RAP-403/2021.

“La candidata de la coalición Va por el Estado de México, Alejandra Del Moral, dejó en claro que tiene la capacidad para hacer realidad las propuestas, de trabajar por el futuro de las familias mexiquenses y de gobernar los próximos seis años. En ese aspecto, sostuvo que no hay peor acto de corrupción que robarle a la gente como lo hizo Delfina Gómez, cuando estuvo al frente del municipio de Texcoco, donde se quitó a los trabajadores el 10 por ciento de su sueldo y por lo que la autoridad emitió sanciones” (<https://goo.su/5oCXtkw>).

Por su parte, la candidata de la alianza “Va por el Estado de México”, **Alejandra de Moral fue afectada por señalamientos de VP relacionados, principalmente, por actos de corrupción (60%),** seguidos del incumplimiento de normas electorales (40%), al incluir a menores de edad en sus promocionales de campaña (*gráfica 32*).

GRÁFICA 32. HECHOS DE VP HACIA ALEJANDRA DEL MORAL



Elaboración CNCS, noviembre 2023

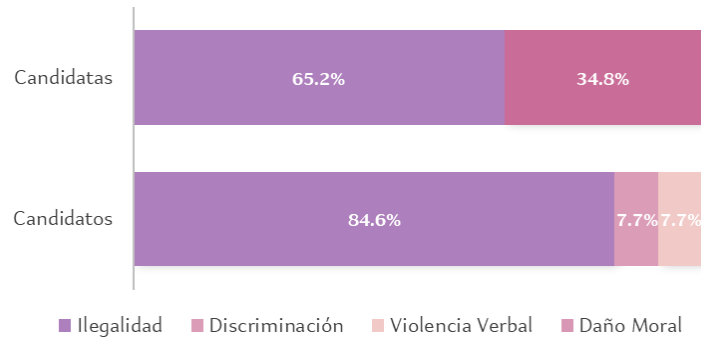
A continuación, se enuncian algunos ejemplos sobre la VP ejercida en los registros de medios de convencionales:

- "Hasta el final del debate, el senador de Morena Ricardo Monreal (...) criticó a Alejandra Del Moral por grabar spots con menores de edad, acusando que Morena quiere quitar el ‘Salario Rosa’ a las madres de familia” (<https://goo.su/l9zjGKw>).
- “Del Moral arrastra fraude con casas por 115 MDP. Agarrada de la mano de la corrupción, por la sombra de un fraude con casas por 115 millones de pesos que sigue sin aclarar, y de Alfredo del Mazo, el gobernador mexiquense, al que le encontraron depósitos por 1.5 millones de euros, en el paraíso fiscal de Andorra; Alejandra Del Moral jura honestidad y compromiso con sus raíces mexiquenses. Actualmente Alejandra Del Moral, candidata para la gubernatura del Estado de México con la alianza “Va por el Estado de México, aborda el tema del combate a la corrupción, estando inmersa en esta práctica, pero evitando referirse a su guardián y protector” (<https://goo.su/OZKc>).

Dentro de esta investigación fue importante identificar cómo afecta la violencia a las y los candidatas que compitieron por un cargo de elección popular en este Proceso Electoral. Al comparar los hechos (*gráfica 33*), se percibió que **el tipo de VP que afectó a las candidatas y funcionarias fue la ilegalidad (65.2%),** seguido de daño moral (34.8%).

Con relación a los candidatos, los actos de ilegalidad son (84.6%) el tipo de VP que más prevaleció sobre estos, incluso de manera superior a los señalados para las mujeres; en tanto que la violencia verbal (7.7%) y los actos de discriminación, principalmente por edad (7.7%), son los segundos mayormente señalados. Esto puede ser producto de la construcción social de género, en la que se les exige a los hombres ser arriesgados como una forma de reafirmarse como hombres valientes mediante la masculinidad hegemónica.

GRÁFICA 33. COMPARACIÓN DE TIPO DE VP ENTRE CANDIDATURAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Respecto a los hechos de VP (gráfica 34), a las y los candidatos se les señala principalmente por hechos de corrupción²², destacándose que las candidatas fueron señaladas en mayor proporción (52.2%) que los hombres (7.7%); seguido por el incumplimiento de normas electorales, donde los candidatos destacaron (38.5%) en comparación con las mujeres (13.0%). Es importante resaltar que solo se registraron RP con algún señalamiento de difamación²³ hacia las candidatas (34.8%), con la finalidad de desacreditarlas, situación que no sucede con los hombres.

Acerca de la discriminación por edad, fueron los candidatos los que se vieron afectados por este hecho de violencia (7.7%), es importante destacar que a un candidato se le discriminó por ser una persona adulta mayor; asimismo, los insultos²⁴ también se percibieron solamente hacia los candidatos (46.1%).

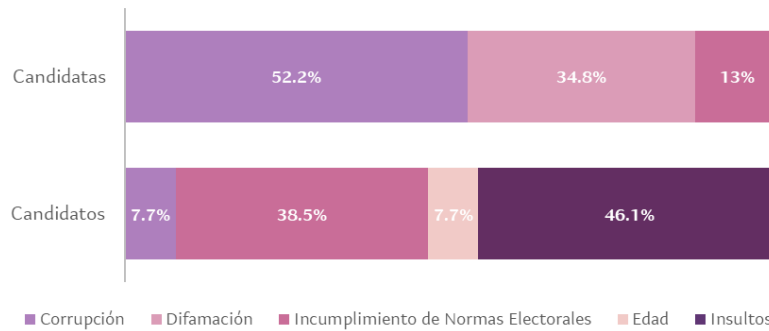
Este comparativo permite ver que a pesar de que “existieron condiciones igualitarias” para que las campañas políticas se desarrollaran con normalidad, los señalamientos están más enfocados a afectar a las mujeres que participaron en el proceso electoral; lo que demuestra una situación de desventaja en la carrera por ocupar altos puestos en el ejercicio público.

²² La ilegalidad contempla como hechos de VP: la corrupción y el incumplimiento de normas electorales.

²³ El daño moral contempla como hecho de VP la difamación.

²⁴ La violencia verbal contempla como hecho de VP los insultos.

GRÁFICA 34. COMPARACIÓN DE HECHOS DE VP ENTRE CANDIDATURAS

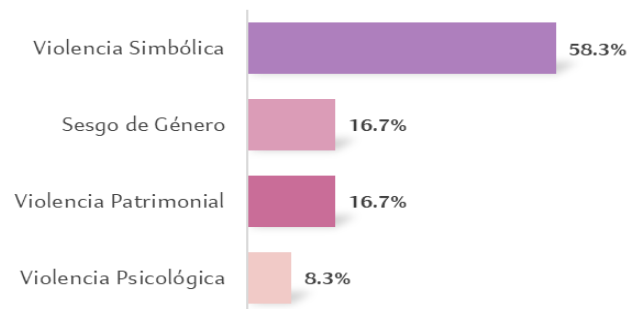


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Violencia Política contra las Mujeres en Razón de Género (VPMRG)

En relación con los tipos de VPMRG (*gráfica 35*), **las candidatas y funcionarias públicas fueron afectadas mayoritariamente por violencia simbólica (58.3%)**, siendo el principal hallazgo y más importante en esta investigación. **Cuando compiten por puestos que tradicionalmente eran solo para hombres las mujeres son vistas como subordinadas al poder y a las órdenes de ellos.** Sin embargo, no fue el único tipo se detectaron también en menor medida sesgos de género²⁵ (16.7%), violencia patrimonial (16.7%) y violencia psicológica (8.3%). Es necesario resaltar que **aquellas mujeres que deciden ser partícipes de los procesos electorales se encuentran resistiendo bajo los embates de la violencia y abriendo camino a nuevas aspirantes**, como fue el caso de Delfina Gómez y Alejandra Del Moral a las que continuamente se les trató de minimizar.

GRÁFICA 35. TIPO DE VPMRG HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS PÚBLICAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

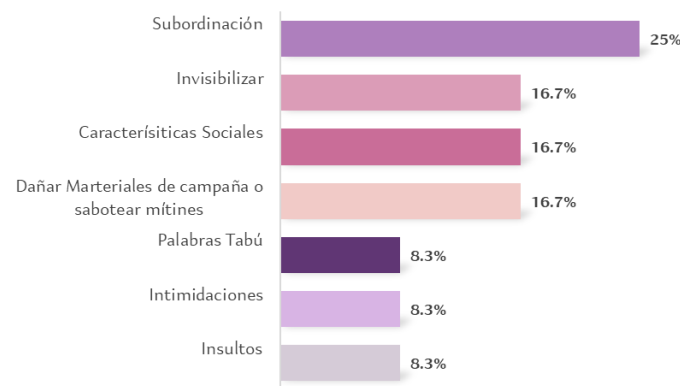
En cuanto a los hechos de VPMRG hacia las candidatas y funcionarias (*gráfica 36*) se reafirma que **la violencia simbólica es una constante contra las mujeres candidatas y funcionarias (25%)**,

²⁵ En la metodología para la elaboración del informe de género aprobada para 2023 se consideró de manera errónea los sesgos de género como parte de las tipologías de violencia; no obstante, esto se corregirá para posteriores análisis conforme a lo establecido en la Ley General de Acceso a las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.

señaladas de estar siempre bajo la subordinación masculina, seguido de ser invisibilizadas (16.7%) y denostarlas por sus características sociales (16.7%). Además, se percibió la destrucción o daño de materiales de propaganda, así como de sabotear los mítines (16.7%), uso de palabras tabú (8.3%), intimidaciones (8.3%) e insultos (8.3%).

La idea que las mujeres deben estar bajo la tutela de un hombre aún permea en la cotidianidad, en particular dentro del ámbito político, esto implica para las mujeres ser las apadrinadas por, las protegidas por o los títeres de, es decir, el señalamiento de que el desarrollo de sus carreras políticas ha sido construido a partir de una figura política masculina, denota su propia capacidad para desarrollar estas por sí mismas. De acuerdo con Federici (2010), esta idea de subordinación de las mujeres hacia una figura masculina fue producto de la división sexual del trabajo, que buscaba posicionar a las mujeres como la servidumbre de los hombres para mantener la acumulación histórica del capital en las manos de estos últimos, esta idea persiste en todos los ámbitos incluido el político.

GRÁFICA 36. HECHOS DE VPMRG HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS

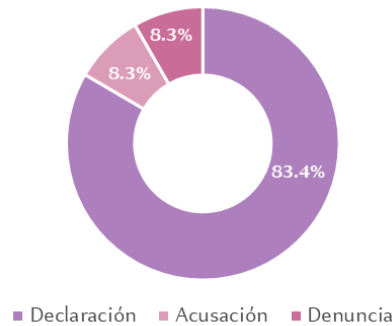


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Para medir la difusión de la VPMRG hacia las candidatas o funcionarias públicas (*gráfica 37*), se determinaron las siguientes categorías de análisis: declaración, acusación y denuncia. **La declaración (83.4%) es la forma más recurrente de difundir este tipo de violencia**, seguida de las acusaciones (8.3%) y las denuncias (8.3%). A través de los hallazgos hasta el momento descritos en esta investigación, **se comprobó que las candidatas y funcionarias prefieren denunciar la VPMRG (8.3%) a la VP²⁶ en los medios de comunicación**. Si bien, aún es un porcentaje bajo, el hecho que ellas alcen la voz es un avance significativo.

²⁶ Ver gráfica 26.

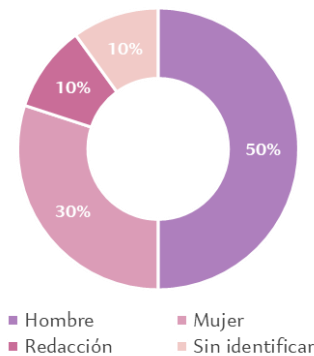
GRÁFICA 37. DIFUSIÓN DE LA VPMRG HACIA CANDIDATAS O FUNCIONARIAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al igual que en la VP, **los hombres son las personas que más configuran casos de VPMRG hacia las mujeres candidatas o funcionarias (50%)**, seguido de las mujeres (30%), mientras que un pequeño porcentaje de los registros quedó sin identificar (10%) y otro mismo tanto fueron firmados por la redacción (10%). Es necesario hacer la observación a los medios convencionales sobre la importancia de **ceder la palabra a las actoras políticas cuando se trata de declaraciones sobre VPMRG. Así como hacerles saber a ellas, la importancia del uso de la voz en estos espacios como símbolo de apropiación, resignificación y denuncia (gráfica 38).**

GRÁFICA 38. GÉNERO DE QUIEN DECLARA LA VPMRG HACIA LAS CANDIDATAS O FUNCIONARIAS



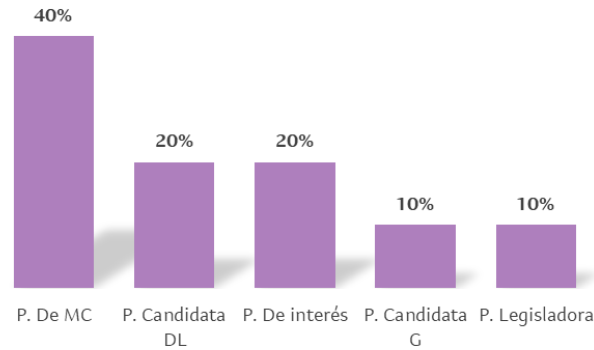
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Sobre el **cargo que ocupan quienes cometen VPMRG en contra de candidatas o funcionarias públicas (gráfica 39)**, **las personas de medios de comunicación son las que más lo hacen (40%)**, seguidas por personas candidatas a una DL²⁷ (20%) y por personas de interés (20%) y, finalmente, en último lugar se encuentran las personas candidatas a la gubernatura (10%) y las personas legisladoras (10%). Lo que, entre otras cosas, da cuenta de que personas de los medios de

²⁷ Personas Candidatas a una Diputación Local.

comunicación continúan haciendo uso del lenguaje patriarcal para violentar a las mujeres que aspiran a un cargo público.

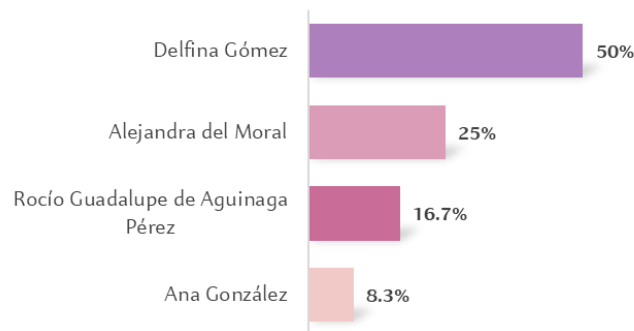
GRÁFICA 39. CARGO DE QUIEN DECLARA LA VPMRG CONTRA CANDIDATAS O FUNCIONARIAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

La VP a la que se vieron sometidas las candidatas fue importante para identificar y medir la VPMRG (gráfica 40). De esta forma, mientras que **Delfina Gómez fue la candidata más afectada (50%)** y **Alejandra Del Moral, lo fue en menor medida (25%)**; **ambas recibieron el 75% de los embates de VPMRG** de este proceso electoral, seguidas por Rocío Guadalupe de Aguinaga Pérez, candidata a una Diputación Local (16.7%) y Ana González (8.3%) representante indígena en el Ayuntamiento de Toluca.

GRÁFICA 40. CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS AFECTADAS POR VPMRG



Elaboración CNCS, noviembre 2023

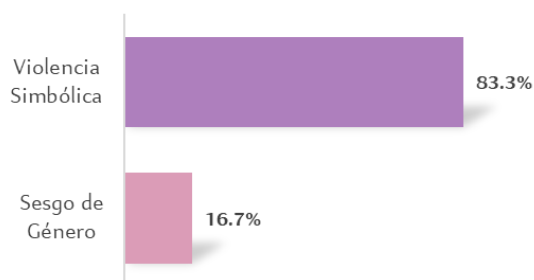
En la muestra sobre las campañas electorales se tuvieron pocos RP de candidatas a alguna diputación local que fuera víctima de algún hecho de VPMRG; **solo se tiene el registro de la candidata Guadalupe de Aguinaga Pérez, candidata por Morena a la diputación local por el distrito 10 de Coahuila, la cual fue afectada en la misma proporción tanto por violencia simbólica (50%) como por la de tipo psicológica (50%)**. En relación con el primer tipo de violencia, se le invisibilizó al no mencionar su nombre aun cuando ya había sido postulada para contender por el cargo y

refiriéndola como “la candidata guinda”²⁸; sobre **la psicológica los hechos conciernen a actos de intimidación al amedrentarla y perseguirla junto a su equipo de campaña**. En este caso, fue tal el nivel de violencia ejercida contra la candidata que pudo inclusive llegar a peligrar su integridad.

En el caso de funcionarias públicas se tuvo un registro de la representante indígena en el Ayuntamiento de Toluca, Ana González, quien se vio afectada por la VPMRG por parte del alcalde al realizar expresiones en su contra como: "actitud caprichosa y negativa", "abusar", "notoria mala fe", "existencias arbitrarias", "oscuridad de sus caprichos", "se encuentra confundida del cargo que ostenta" (<https://goo.su/RKbb>). Las palabras en negritas muestran ejemplos de los estereotipos del imaginario social sobre lo que es ser mujer, con el no control de las emociones, para hacerlas ver poco racionales.

Además de la VP que sufrió la candidata Delfina Gómez también existieron señalamientos que constituyeron hechos de VPMRG (*gráfica 41*). De acuerdo con los siguientes datos, **la candidata de la coalición “Juntos Hacemos Historia en el Estado de México” recibió señalamientos que constituyeron violencia simbólica (83.3%) y sesgos de género (16.7%)**.

GRÁFICA 41. VPMRG HACIA DELFINA GÓMEZ

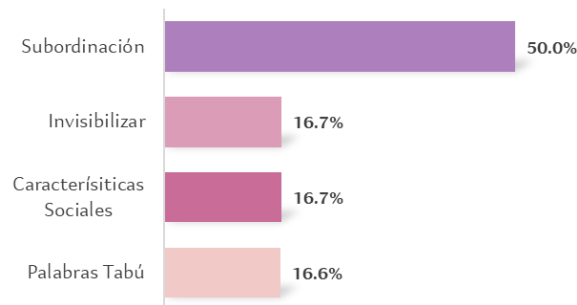


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Dentro de los **hechos de violencia simbólica que la afectaron se le mencionó mayoritariamente como una mujer subordinada (50%)** y se le invisibilizó (16.7%) al no mencionar su nombre cuando se le refería (*gráfica 42*).

²⁸ (...) el tercer incidente sucedió en el Distrito 10 de Torreón donde **a la candidata guinda** y su brigada las han estado amedrentando y persiguiendo momentáneamente funcionarios municipales y un grupo de simpatizantes del PRI". (<https://goo.su/86bQls>)

GRÁFICA 42. HECHOS DE VPMRG HACIA DELFINA GÓMEZ



Elaboración CNCS, noviembre 2023

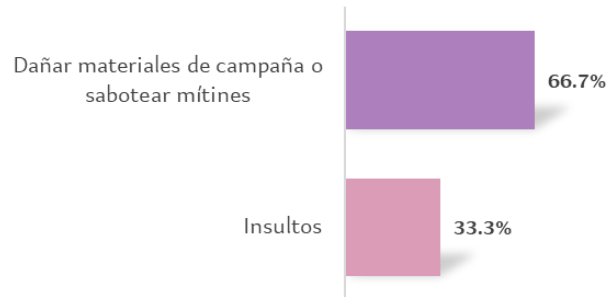
A continuación, se exponen ejemplos de subordinación encontrados en el monitoreo hacia Delfina Gómez:

- “Claudio X. González enfatizó que la elección del Estado de México tiene una implicación nacional, por lo que no se puede permitir que quede a la deriva, en las manos del partido guinda. “Hay que evitar a toda costa, que el desgobierno, la ineptitud y la corrupción del gobierno federal lleguen a gobernar al Estado de México, **porque no hay duda de que Delfina no gobernará, sino lo harán desde el centro del país, lo haría el gobierno federal** quien no ha dado resultados ni en economía, ni en empleo, ni en combate a la pobreza, ni en salud, y mucho menos en seguridad”, apuntó”. (<https://goo.su/3uw8NI>).
- En la columna “Día hábil” Alberto Montoya menciona: “Cuando han transcurrido apenas tres días de que iniciaron las campañas, Del Moral Vela ha comenzado a pisar el acelerador, **mientras Álvarez Gómez continúa escudada en el primer círculo, que le acompaña siempre. Horacio Duarte, su coordinador; Higinio Martínez, delegado especial; y Mario Delgado, líder nacional de Movimiento Regeneración Nacional (Morena), quienes deciden qué y cómo operar**”. (<https://goo.su/CQrjU>)

Es destacable que **las dos declaraciones anteriores sean emitidas por hombres; quienes aún perciben a las mujeres como carentes de prestigio y poder político e incapaces de ejercer ese poder político exclusivo para ellos, dejando a las mujeres como las personas que deben estar subordinadas y sometidas a las relaciones de dominación; aquellas que han mantenido al hombre en la cúspide de todas la relaciones políticas y sociales.**

En la *gráfica 43* es posible observar el tipo de VPMRG ejercida en contra de Alejandra Del Moral **destacándose los registros relacionados con violencia patrimonial**, específicamente con actos que buscaron dañar materiales de campaña o sabotear mítines (66.7%); **seguidos por los de violencia simbólica que refieren a insultos** (33.3%) que permiten percibir la violencia de género que viven las mujeres candidatas en la realidad.

GRÁFICA 43. HECHOS DE VPMRG HACIA ALEJANDRA DEL MORAL



Elaboración CNCS, noviembre 2023

A continuación, se plasman una serie de ejemplos que refuerzan los datos expuestos con anterioridad:

“En el estado de México, fueron captados un grupo de morenistas, quienes realizaban propaganda y **al ver una lona de otro partido, puesta en la fachada de una casa, procedieron a quitarla**. El acto, causó indignación entre los internautas, quienes reprobaron el hecho, señalando que era ilícito. El video, de no más de 50 segundos exhibe a un grupo de personas con chaleco guinda y con el logo del partido Morena, quienes portan propaganda alusiva a la candidata Delfina. Procedieron a realizar un tipo de escudo, mientras dos personas con cúter en mano comienzan a cortar la lona alusiva a la candidata del PRI, Alejandra Del Moral, para luego huir”. (<https://goo.su/EPGJJ6>)

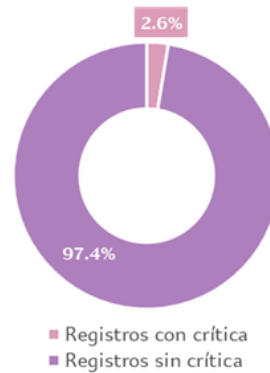
En la columna de Jairo Calixto publicada por Milenio el columnista escribe:

Así se hacían los bisnes en el México de mis narcorecuerdos y en el Cártel inmobiliario del PAN. Un espíritu que afortunadamente sigue vivo en la insólita persona de la candidata **priista-prianchuchista** que tiene la misión de mantener al Edomex bajo la férula del Mordor del Grupo Atracomucho, **Alejandra del Caporal**. Sobre todo, cuando ante sus orcos tricolores, exigió: ‘Hagan lo que saben hacer, para bien o para mal. Queremos una constancia de mayoría, no de buena conducta’. Ni Roberto Madrazo, con su circo de mapaches amaestrados, lo hubiera dicho mejor. Se ve que mi Ale le quería rendir un muy sentido homenaje a Sandra Cuevas, pero solo le faltó: “¿A quién nos vamos a chingar? ¡A Delfina Gómez!”. (<https://goo.su/puOXd>).

Criticas

Algunas declaraciones realizadas durante las campañas electorales no constituyeron actos de violencia hacia alguna candidatura, ya que **corresponden a críticas (2.6%) sobre la gestión que desempeñaron al ocupar un puesto como funcionarias o funcionarios públicos o bien, hacia sus cualidades en el ejercicio del cargo o forma de desarrollarse profesionalmente (gráfica 44)**.

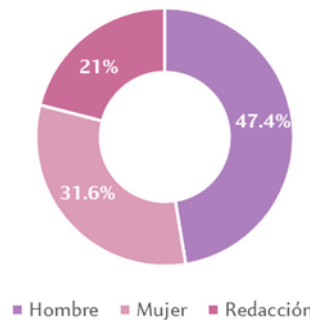
GRÁFICA 44. CRÍTICAS EN LOS RP



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Sobre el género de las personas que realizaron las críticas (*gráfica 45*), de nueva cuenta son los hombres (47.4%) quienes principalmente emanan comentarios de este tipo; seguido por mujeres (31.6%) y de la redacción de los medios de comunicación (21%). **Resulta claro que la permisibilidad social que tienen los hombres para hacer uso de la voz les hace emitir opiniones, juicios o valoraciones sin titubeos en los medios convencionales.**

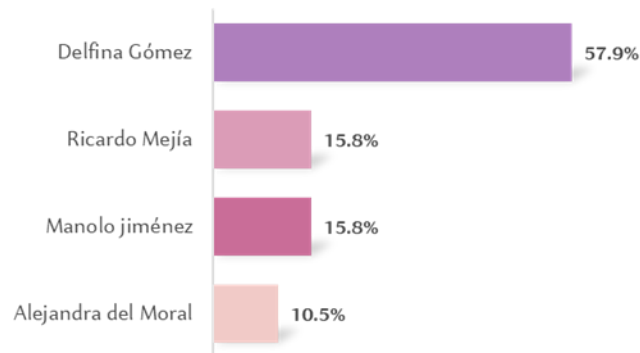
GRÁFICA 45. GÉNERO DE QUIENES REALIZAN LAS CRÍTICAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

De acuerdo con la *gráfica 46*, la candidata Delfina Gómez no solo fue la más violentada, sino también a quién más se le criticó en medios convencionales (57.9%); especialmente sobre su función como servidora pública y su desempeño durante el proceso de campaña. Seguida en orden descendente por Ricardo Mejía (15.8%), Manolo Jiménez (15.8%) y, finalmente, por Alejandra Del Moral (10.5%) en el último sitio.

GRÁFICA 46. CANDIDATURAS CRITICADAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Críticas a Delfina Gómez, Candidata a la Gubernatura del Estado de México

“La candidata de Nueva Alianza Estado de México, la maestra Alejandra Del Moral triunfó en el debate del pasado jueves demostrando su capacidad y liderazgo. Con una actuación destacada, se posiciona como una voz fuerte y comprometida en la contienda electoral, **mientras que la candidata Delfina Gómez mostró nerviosismo y falta de argumentos para explicar sus propias propuestas, lo que nos deja ver a una persona con falta de argumentos y capacidad para dirigir un Estado**” (<https://goo.su/qMFnWQ>).

"Por su parte, Delfina Gómez se dedicó a andar la misma ruta que AMLO, la misma fórmula que le dio el triunfo fraguado durante tantos años: recorrer hasta el último municipio. **Es evidente que Delfina Gómez no ostenta la retórica más aguda y grandilocuente. Al contrario, evidencia una cierta dislalia, pero esta no la descalifica de ninguna forma, así como Alejandra Del Moral no puede borrar toda la podredumbre a la que representa solo por ser una oradora efectiva.** Realmente ha sido una campaña fácil para Delfina, quien solo ha hecho su trabajo de acercamiento a la gente y ha preferido no exponerse en los medios corporativos, puesto que sabe que la esperan ansiosamente interlocutores que le harán cuestionamientos agresivos encaminados a descarrilarla, cosa que no sucede con Del Moral, quien recibe tersas entrevistas a modo que están encaminadas a hacerla subir en las preferencias." (<https://goo.su/Umhwz>).

Críticas a Ricardo Mejía, Candidato a la Gubernatura de Coahuila

“En ese sentido, Manolo Jiménez, sostuvo que en el debate hay hipocresía, sobre todo por parte del candidato de Morena, **Armando Guadiana, a quien acusó de no saber nada de seguridad; y se lanzó contra el aspirante del PT, Ricardo Mejía, a quien señaló de ser el ‘peor subsecretario de seguridad del país. Le reprochó llevar en sus hombros la muerte de 150 mil personas’**”. (<https://goo.su/lmsO6>).

Críticas a Manolo Jiménez, Candidato a la gubernatura de Coahuila

“Cuando Manolo Jiménez Salinas era el alcalde de Saltillo (enero 2018-diciembre 2021), la Dirección de Desarrollo Urbano de **su administración municipal otorgó licencias de construcción y autorizaciones a Jisa Bienes Raíces, empresa en la que participa su padre Manuel Jiménez Flores** y también el ahora candidato a la gubernatura de Coahuila por Va por México, de acuerdo con la Plataforma Nacional de Transparencia y la de la capital del estado de Coahuila.

Pero no fue la única. También **fueron beneficiadas con permisos municipales en ese periodo otra firma de su padre (...) Constructores Inmobiliarias, y la de su tío, Jiménez Bienes Raíces, con las que Jisa comparte el desarrollo de dos fraccionamientos residenciales:** el "Bosques de las Lomas", al sur de Saltillo, y "El Álamo", respectivamente. El propio Manolo Jiménez expone en su última declaración patrimonial que participa en Jisa Bienes Raíces. El 24 de marzo de 2021, nueve meses antes de que Jiménez concluyera su gestión, Jisa Bienes Raíces obtuvo una licencia (06S-FR-3161-24/03/2021) para la construcción del fraccionamiento "El Álamo", de acuerdo con el portal de transparencia de Saltillo” (<https://goo.su/FICt>).

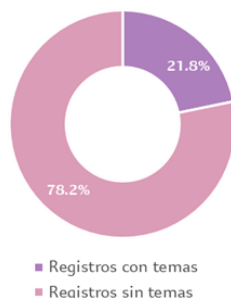
Críticas a Alejandra Del Moral, Candidata a la gubernatura del Estado de México

“Recordó que ha sido una trayectoria de engaños a la gente, como en 2017 cuando en la pasada campaña a la Gubernatura, como presidenta del PRI estatal, **Alejandra Del Moral filmó un montaje en video, con albañiles contratados para simular que trabajaban en el Hospital Oncológico de Ecatepec, prometió que sería terminado, y seis años después sigue en obra negra**” (<https://goo.su/FICt>).

Temas

En este apartado se presentan aquellos **temas de los que se habló durante el Proceso Electoral;** entre los que se contemplaron: Oferta política de las candidaturas, violencia de género, VPMRG, violencia electoral, paridad, Ley 3de3 contra la violencia y GSD²⁹. En la *gráfica 47*, se identifica que, del total de los RP contemplados en la muestra de campañas electorales, **21.8% registran por lo menos alguno de los temas antes mencionados.**

GRÁFICA 47. RP CON TEMAS



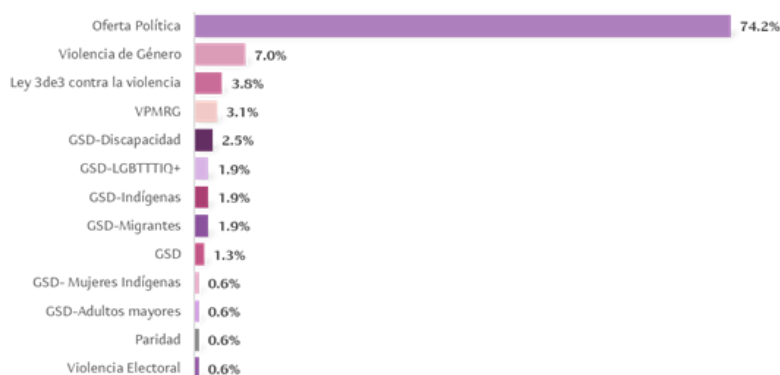
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Del total de los registros en los que se abordó alguno de los temas, se muestra (*gráfica 48*) que **una gran proporción hace referencia a las diversas ofertas políticas emitidas por las candidaturas (74.2%),** mientras que **en menor porcentaje se habló de: Violencia de Género (7%),** Ley 3de3 contra la violencia (3.8%), VPMRG (3.1%), los GSD con alguna discapacidad (2.5%), los GSD- LGBTTIQ+ (1.95), los GSD indígenas (1.9%), los GSD migrantes (1.9%), los GSD (1.3%) y, finalmente, se identifica que en el caso de algunos GSD su representación fue casi nula, como lo son las mujeres indígenas (0.6%),

²⁹ Para conocer los criterios que se tomaron en cuenta para clasificar los temas mencionados se puede consultar la metodología realizada para este informe, específicamente en el apartado “cuarta clasificación: Temas”.

los adultos mayores (0.6%), la paridad³⁰ (0.6%) y la violencia electoral (0.6%). Es decir, existe una tendencia a desdibujar en la conversación convencional los problemas de estos grupos. Por lo que se sugiere, **seguir trabajando e incentivando a las candidaturas y el funcionariado en visibilizar e incluir a la agenda pública temas relacionados con los GSD, como parte de su oferta política o de políticas públicas, para dejar de invisibilizarles.**

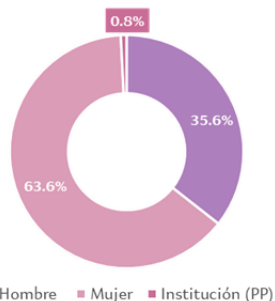
GRÁFICA 48. TEMAS EN LOS RP



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En la clasificación se consideró identificar quién hablaba de las ofertas políticas, al existir diversas personas que participaron como fuentes de la información cualquiera podría mencionarlas. Se detectó (*gráfica 49*), que **las ofertas políticas fueron emitidas en mayor medida por mujeres (63.6%)**, seguidas por hombres (35.6%) y una pequeña proporción por partidos políticos (0.8%).

GRÁFICA 49. GÉNERO DE QUIENES EMITEN LAS OFERTAS POLÍTICAS

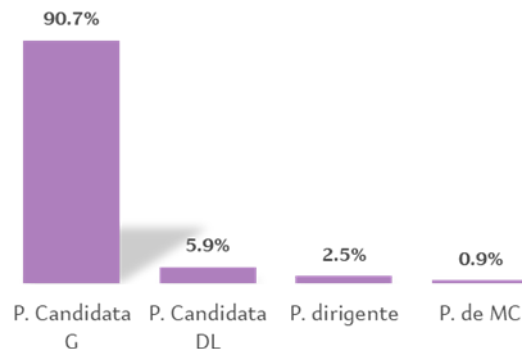


Elaboración CNCS, noviembre 2023

³⁰ A pesar de que el Congreso del Estado de México aprobó una reforma en 2022 en la que se establecía el tema de paridad en la gubernatura del Estado de México este no fue referido por las y los periodistas, a pesar de que la competencia se realizó entre mujeres. La constitución local del Estado de México en su artículo 66 establece que “La elección de Gobernador o Gobernadora del Estado de México será mediante sufragio universal, libre, secreto y directo. **Se preservará el principio de paridad de género y la alternancia en la postulación que realicen los partidos políticos**” (Gobierno del estado de México , 2024, p. 35). Además, la reforma de 2022 al artículo 248 del Código Electoral del Estado de México establece que “**En el caso de elección de Gobernadora o Gobernador, para garantizar la paridad de género**, los partidos políticos deberán alternar el género en la postulación en cada elección, para ello se tomará como referencia el género postulado por cada partido en la elección inmediata anterior (Código Electoral del Estado de México , 2022).

Respecto al cargo de **las personas que hablaron de alguna oferta política en los medios convencionales (gráfica 50), destacaron principalmente las personas candidatas a las gubernaturas (90.7%),** pues son ellas quienes buscan convencer al electorado sobre sus propuestas; seguidas de las personas que compitieron por alguna diputación local (5.9%), de dirigentes de algún partido político (2.5%) y, finalmente, de las personas que pertenecen a algún medio de comunicación.

GRÁFICA 50. CARGO DE QUIENES REALIZAN LAS OFERTAS POLÍTICAS



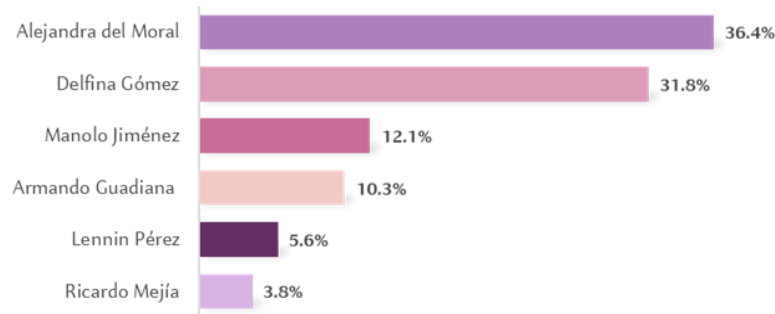
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Los medios de comunicación tienen la responsabilidad de realizar una cobertura de los procesos electorales libres de violencia y a su vez promover la participación en la política de las mujeres. Una forma de promover la participación y la cobertura libre de violencia es **retomar las ofertas políticas de las personas candidatas,** especialmente de las mujeres. Además, es importante destacar que **en este análisis se tuvo un mayor número de registros en donde se retomaban diversas ofertas políticas** que aquellos que mencionaban algún tipo de VP o VPMRG, **ya que, del total de los registros considerados en la muestra, 31.8% retomaron alguna oferta política y solo un bajo porcentaje hizo referencia a algún tipo de VP o VPMRG (12.9%).**

Con base en lo anterior, la *gráfica 51* muestra que las propuestas emitidas por las candidatas a la gubernatura del Estado de México fueron las más reseñadas en los RP. **Las ofertas emitidas por Alejandra Del Moral fueron las más retomadas (36.4%),** seguidas por las de Delfina Gómez (31.8%). En contraste con los candidatos a la gubernatura de Coahuila, el candidato del PRI-PAN-PRD, Manolo Jiménez, fue de quien más se replicaron las diversas ofertas de campaña (12.1%), seguido por Armando Guadiana de Morena (10.3%). Por su parte, las propuestas de los candidatos Lenin Pérez del PVEM y UDC³¹ (5.6%) y de Ricardo Mejía del PT (3.8%) no trascendieron en los medios de comunicación.

³¹ Unidad Democrática de Coahuila.

GRÁFICA 51. P. CANDIDATAS QUE EMITIERON OFERTAS POLÍTICAS

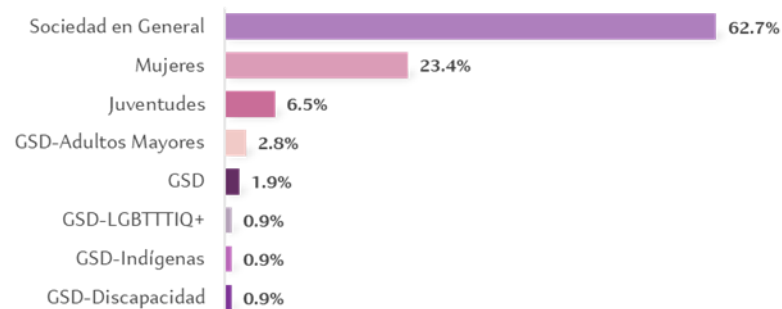


Elaboración CNCS, noviembre 2023

En cuanto a las ofertas políticas que realizaron las diversas candidaturas (*gráfica 52*), la mayoría se dirigieron a la sociedad en general (62.7%) y estaban enfocadas a mejorar el transporte público, acciones para prevenir las adicciones y la delincuencia. Otro sector de la población al que realizaron ofertas concretas fue hacia las mujeres (23,4%), algunos temas que abordaron fueron igualdad salarial, combate a la violencia de género, al feminicidio y empleo. El tercer sector al que más se le dirigieron ofertas políticas fueron las juventudes (6.5%); se centraron en atender situaciones como: otorgar becas para sus estudios, facilitar el acceso a créditos que les permitan emprender y acceso a un primer empleo.

Aún queda invitar a las y los candidatos a impulsar ofertas políticas que den visibilidad a los problemas de los grupos a quienes de manera minoritaria se les dio atención –personas adultas mayores (2.8%), personas de GSD (1.9%), personas de la comunidad LGBTTTTIQA+ (0.9%), personas indígenas (0.9%), personas con discapacidad (0.9%).

GRÁFICA 52. ¿A QUIÉN SE DIRIGEN LAS OFERTAS POLÍTICAS?



Elaboración CNCS, noviembre 2023

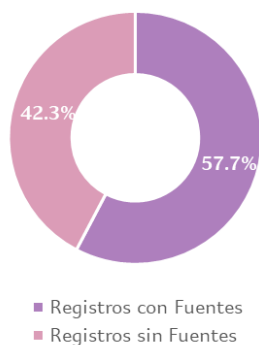
Periodo de Jornada Electoral

Fuentes informativas

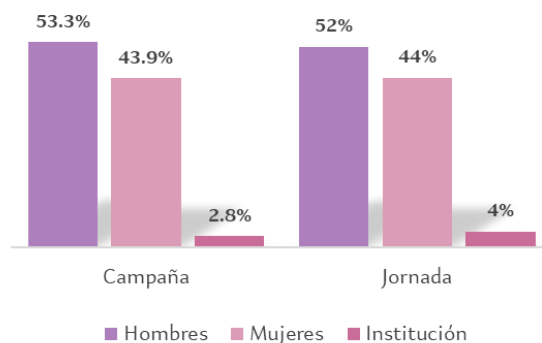
Del total de registros (*gráfica 53*), la mayoría contó con una o más fuentes informativas (57.7%). Como se puede apreciar en la *gráfica 54*, los hombres que ocupan diversos cargos públicos y políticos dominaron la conversación en medios convencionales como fuentes informativas cuando se cubre un hecho noticioso en campaña (53.3%) y en jornada (52%), en comparación con las mujeres que participaron en el proceso electoral, consideradas en menor medida, tanto en campaña (43.9%) como en jornada (44%). Las instituciones también juegan un papel en los medios de comunicación dentro de la contienda electoral, tomando mayor participación en la jornada (4%), que en la campaña (2.8%).

Existe una brecha significativa entre ambos géneros; el desequilibrio sobre las personas que tienen voz los procesos electorales es evidente, **se privilegia la voz de los hombres haciendo indiscutible el sesgo y el desequilibrio mediático por parte de los medios de comunicación; que siguen viendo a los hombres como la voz privilegiada**

GRÁFICA 53. FUENTES DE LOS RP



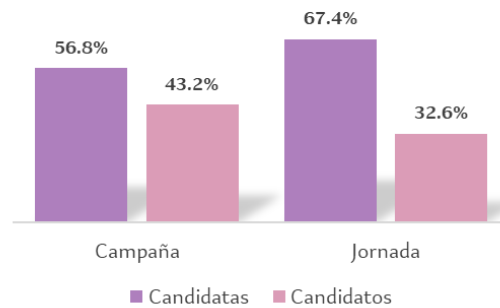
GRÁFICA 54. COMPARATIVO POR GÉNERO DE LAS FUENTES



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Tomando en cuenta solo a las candidaturas como fuentes de información (*gráfica 55*), se identificó que se priorizó la voz de las candidatas tanto en campaña (56.8%) como en jornada (67.4%), a diferencia de los candidatos a los que se le dio voz en el 43.2% y 32.6% de los registros, respectivamente.

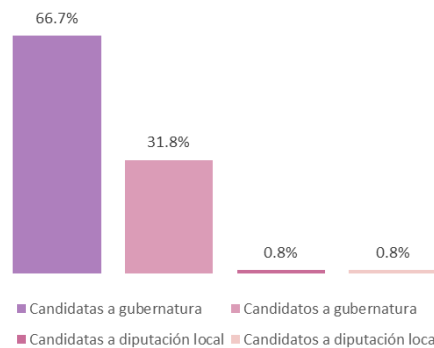
Gráfica 55. Fuentes candidaturas por periodo



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al igual que en el periodo de campaña, **cuando se analiza el cargo que ocupan las fuentes informativas en jornada (gráfica 56); se percibe que las candidaturas a las dos gubernaturas en juego fueron las que dominaron la conversación.** Destaca que **los medios convencionales dieron preferencia a la voz de las candidatas a la gubernatura en el Estado de México (66.7%)** en comparación con los candidatos **en Coahuila (31.8%),** en caso de las diputaciones locales la cobertura mediática fue fútil.

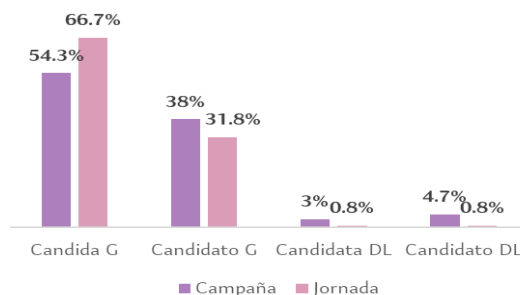
GRÁFICA 56. CARGO DE LAS FUENTES EN LA JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Por su parte, **las candidatas a gubernatura fueron tomadas como fuentes de información en mayor proporción tanto en campaña (54.3%) como en jornada electoral (66.7%),** en comparación de los candidatos contendientes hacia el mismo cargo, la cual representó 38% y 31.8%, respectivamente). En relación con las diputaciones locales se identificó que en campaña los candidatos se les da mayor voz (4.7%) que a candidatas (3%), en jornada la voz de ambas candidaturas fue tomada en cuenta en la misma proporción (0.8%). Con base en ello se infiere que **en campaña es el momento en el que la voz de las mujeres toma mayor relevancia en los medios convencionales producto de la cobertura periodística (gráfica 57).**

GRÁFICA 57. CANDIDATURAS FUENTES POR CARGO Y PERIODO

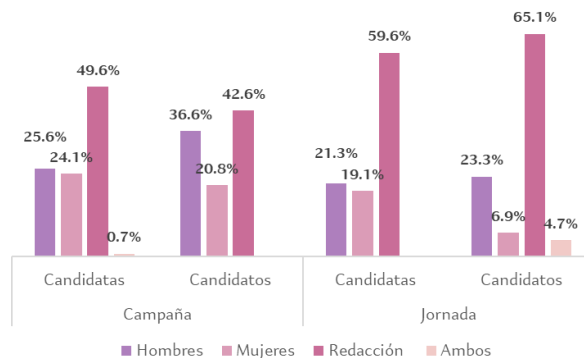


Elaboración CNCS, noviembre 2023

En relación con los registros donde se identificó el género de quien cubre la nota periodística (gráfica 58), los hombres periodistas privilegiaron a los candidatos como fuentes informativas tanto en campaña (36.6%) como en jornada (23.3%), en contraste la cobertura que dieron a las candidatas fue menor en ambos periodos (25.6% y 21.3%, respectivamente). Respecto a las mujeres periodistas, se detectó que la cobertura a su mismo género como candidatas fue mayor en campaña (24.1%) y en jornada (19.1%), en comparación con el foco mediático que le dieron a los candidatos (20.8% y 6.9%, correspondientemente).

En campaña electoral, la redacción del medio³² otorgó mayor atención a las candidatas (49.6%) que a los candidatos (42.6%); en cambio, en la jornada electoral se centró más la atención en los candidatos (65.1%) que en las candidatas (59.6%). Los medios funcionan como una herramienta importante para que las candidatas sean las portavoces de sus actividades y propuestas durante el Proceso Electoral. Al no existir igualdad en la cobertura mediática, se abre la posibilidad de que otras personas hablen por ellas, restándoles protagonismo.

GRÁFICA 58. COMPARATIVO COBERTURA A CANDIDATAS POR GÉNERO DE PERIODISTAS Y PERIODO

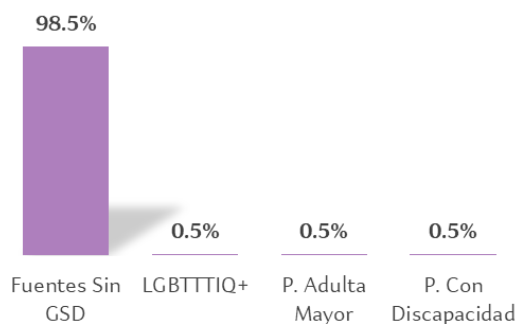


Elaboración CNCS, noviembre 2023

³² Se refiere a los registros en los cuales no se identificó a una persona responsable de la información y son firmados por la redacción del medio.

Las fuentes informativas identificadas relacionadas con algún GSD son casi imperceptibles, es decir, en su gran mayoría, se detectaron fuentes sin menciones hacia estos grupos (98.5%). Al respecto las y los periodistas consideraron dentro de su cobertura solo a integrantes de la comunidad LGTBTTTIQA+ (0.5%), personas con discapacidad (0.5%) y adultas mayores (0.5%). Se devela la necesidad de que periodistas impulsen y fortalezcan el diálogo con personas de estos sectores (gráfica 59).

GRÁFICA 59. FUENTES GSD EN LA JORNADA

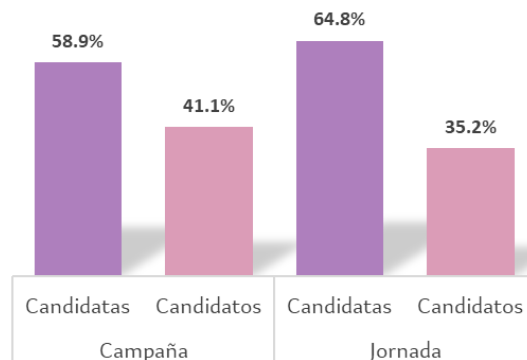


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Menciones

De acuerdo con la gráfica 60, a las candidatas se les hace mayor referencia en campaña (58.9%) y en jornada (64.8%), destacándose la diferencia existente en esta última fase del Proceso Electoral, en comparación con las referencias hechas a los candidatos (41.1% y 35.2%, respectivamente).

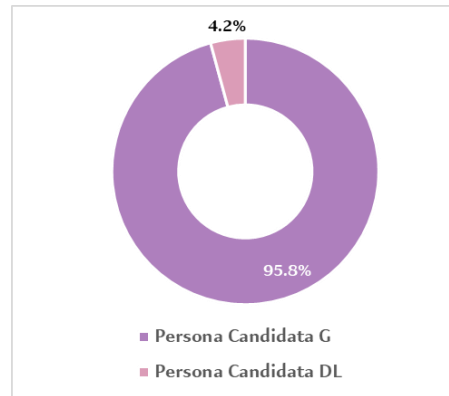
GRÁFICA 60. COMPARATIVO DE MENCIONES A CANDIDATURAS POR PERIODO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Conforme a la gráfica 61, las seis personas candidatas que compitieron por las gubernaturas registraron más menciones durante la jornada electoral (95.8%), tal como sucedió en el periodo de campañas. En contraste, de las 84 candidaturas registradas por alguna diputación local solo se identificaron 11 menciones en los RP (4.2%).

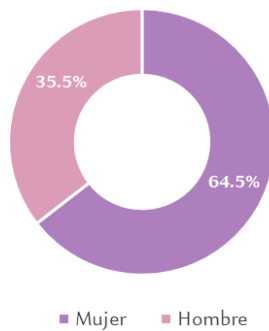
GRÁFICA 61. CARGO DE CANDIDATURAS MENCIONADAS EN JORNADA



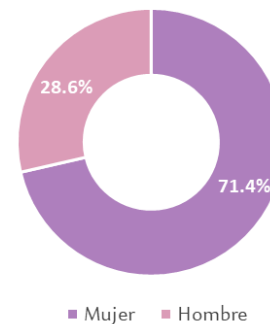
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al realizar el desglose de las menciones por tipo de cargo en jornada electoral (*gráficas 62 y 63*), se detectó que **tanto las candidatas a gubernatura (64.5%) como las candidatas a diputaciones locales (71.4%) fueron más mencionadas que los candidatos (35.5% y 28.6%, respectivamente).**

GRÁFICA 62. MENCIONES P.C. A GUBERNATURA EN JORNADA



GRÁFICA 63. MENCIONES P.C. D.L. EN LA JORNADA



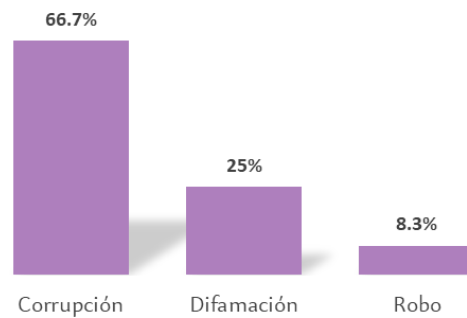
Elaboración CNCS, noviembre 2023

VP

La violencia es el mecanismo que utilizan las personas en distintos espacios, como los medios convencionales, para subordinar a las mujeres y mantener el poder hegemónico. **En relación con los hechos de VP ejercida hacia las candidatas y funcionarias públicas en jornada (*gráfica 64*), se identificó que eran señaladas dentro de los medios convencionales principalmente por **corrupción**³³ (66.7%), seguido por hechos de difamación (25%) y robo (8.3%).**

³³ Con relación a los hechos corrupción y robo, fueron tomados en cuenta como un tipo de VP que corresponde a ilegalidad.

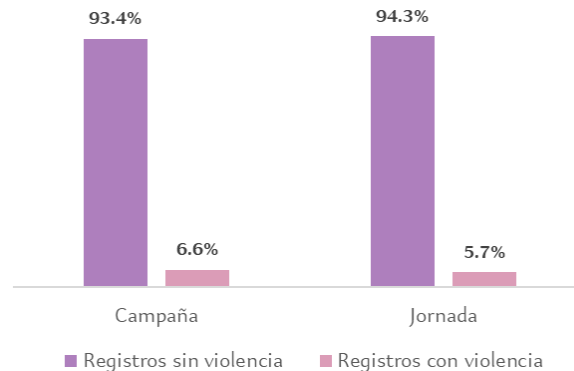
GRÁFICA 64. HECHOS DE VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS PÚBLICAS EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Otro hallazgo detectado (*gráfica 65*) es que **en campaña electoral los registros con algún tipo de violencia hacia candidatas o candidatos fue mayor (6.6%)** comparativamente con el periodo de jornada electoral (5.7%)³⁴.

GRÁFICA 65. COMPARATIVO RP CON VP POR PERIODO

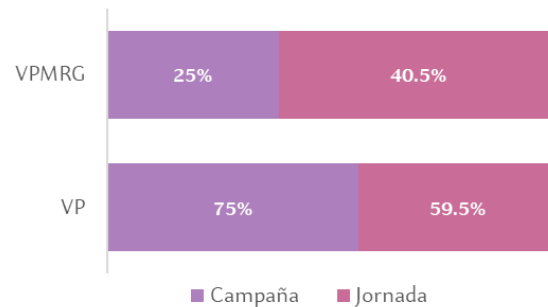


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Asimismo, en jornada electoral (40.5%) existió mayor VPMRG comparado con lo ocurrido en el periodo de campaña (25%). Por otra parte, de igual forma **se observa que los casos de VP fueron mayores en campaña (75%) que en jornada (59.5%)** Es necesario destacar que aun cuando existe VPMRG en campaña, es en jornada donde se detona aún más este fenómeno y debe permanecer bajo mayor observación en los siguientes monitoreos (*gráfica 66*).

³⁴ El porcentaje de registros sin violencia no se menciona dentro del análisis, derivado de que el interés versa sobre los registros con violencia.

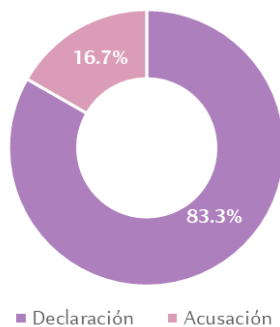
GRÁFICA 66. COMPARATIVO POR TIPO DE VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS POR PERIODO



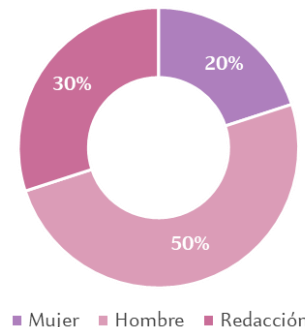
Elaboración CNCS, noviembre 2023

En cuanto a la forma en cómo se difunde la VP hacia las candidatas o funcionarias en jornada, se detectó que principalmente se recurre a la declaración para evidenciar el hecho (83.3%), mientras que la acusación es la segunda forma de difusión de este tipo de eventos (16.7%). Aunque la denuncia pública es otro mecanismo para visibilizar el problema, se identifica que las mujeres afectadas no lo utilizan, de ahí que el empoderamiento de la voz sea un recurso fundamental para visibilizar los posibles hechos de violencia contra ellas (gráfica 67). En relación a quién declara la VP en los medios convencionales en jornada electoral (gráfica 68), los registros indican que son los hombres quienes la declaran en mayor medida (50%), seguidos por la redacción de los medios (20%) y, finalmente, en último lugar son las mujeres quienes lo hacen (20%).

GRÁFICA 67. DIFUSIÓN DE LA VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS EN JORNADA



GRÁFICA 68. DECLARACIÓN DE LA VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS EN JORNADA



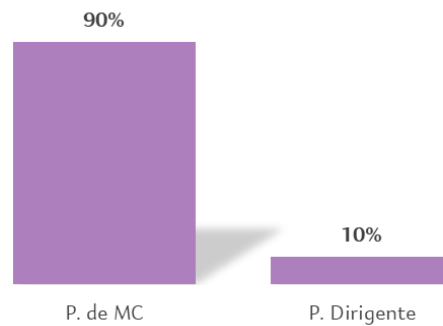
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Se detectó un registro de una acusación realizada por la redacción del portal de noticias Punto por Punto de Morelos en el que se señaló directamente a una candidata del robo de salario a los trabajadores del municipio de Texcoco:

- **El hermano de la candidata a la gubernatura del Estado de México** fue durante un tiempo director del DIF en Texcoco. Durante su cargo encabezó algunos eventos, como celebraciones de Día de Reyes y Día de la Mujer, algunas jornadas de salud. Pero, sobre todo, **cumplió la función de ayudar a su hermana a robar parte del salario de los trabajadores para nutrir las arcas de Morena**, que entonces no era partido político, sino un movimiento dentro del PRD (<https://goo.su/23zlX>)

Sobre los cargos de las personas que declararan la VP en contra de candidatas o funcionarias durante el periodo de jornada (*gráfica 69*), **se reconoció a las personas que forman parte de los medios de comunicación (personas de MC) como quienes mencionaron en mayor proporción un tipo de VP (90%)**, seguidas de las dirigentes de algún partido político (10%).

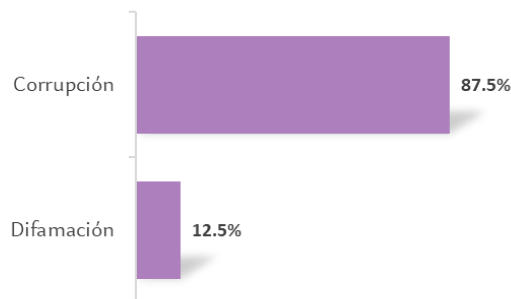
GRÁFICA 69. CARGO DE QUIEN DECLARA LA VP HACIA LAS CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En la jornada electoral, **Alejandra Del Moral fue afectada por VP, al ser señalada principalmente por actos de corrupción (87.5%)**, considerados como una ilegalidad. De acuerdo con una publicación realizada por la periodista María Teresa Montañó, se vinculaba a la candidata en la presunta red de corrupción en el Estado de México cuando ella era funcionaria pública, desatando una serie de señalamientos hacia la candidata de “Va por el Edomex”. Dentro de la tipología de daño moral, la difamación (12.5%) fue la segunda causa de mayor VP hacia esta candidata (*gráfica 70*).

GRÁFICA 70. HECHOS DE VP HACIA ALEJANDRA DEL MORAL EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Ejemplo de ilegalidades en contra de Alejandra Del Moral:

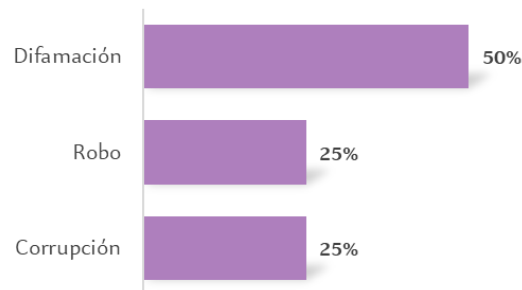
- **“Alejandra Del Moral Entre Empresas Fachada; Revelan Corrupción En EdoMex**
Algunos de estos contratos implican a altos representantes del PRI, el partido político que gobierna el EdoMex desde hace casi un siglo, así como a **nombres ya vinculados a otros grandes casos de corrupción**. Coincidentemente, nueve de los 40 contratos revisados por *The Guardian* involucran a la Secretaría de Desarrollo Social del Estado de México, dirigido en ese entonces por la actual candidata del PRI a la gubernatura, **Alejandra Del Moral, quien no ha respondido a las acusaciones**”. (<https://goo.su/sz6FL>)
- **“Atacomulcazo**
La veda electoral le vino de maravilla —es un decir— a la abanderada priísta de la Alianza Va por México (PRI, PAN y PRD), **Alejandra Del Moral. No tendrá que hablar —por ahora— del presunto fraude y secuestro de una periodista en que involucran al gobierno del Estado de México**. Ella forma parte de ese equipo político. Las publicaciones en *The Guardian* de Londres y *El País* de España pusieron al descubierto una red de corrupción mediante la contratación de empresas fachada entre 2018 y 2022. Se trata de varios centenares de millones de pesos. La candidata no podrá hablar, pero sí pueden hacerlo los funcionarios del gobierno del EdoMex” (<https://goo.su/5QJQi>)

Daño moral en contra de Alejandra Del Moral:

- ACUSAN GUERRA SUCIA El líder del PRI en el Estado México, Eric Sevilla, acusó a Morena de **difundir noticias y mensajes falsos en contra de Alejandra Del Moral para confundir a los mexiquenses e inhibir el voto el 4 de junio**. Indicó que están enviando mensajes falsos vía WhatsApp, asegurando que, de ganar, Del Moral cancelaría becas a estudiantes. “Nuestra candidata ha dicho que fortalecerá las becas y los apoyos para los jóvenes, que incluyen estímulos de transporte, alimentos e impulso a los emprendedores, por mencionar algunas propuestas que son viables”, dijo. (<https://goo.su/nE1VYcl>)

Delfina Gómez, por su parte, **durante jornada electoral (gráfica 71) fue señalada principalmente por daño moral que integra como hecho de VP la difamación (50%);** así como por ilegalidad, que comprende actos de corrupción (25%) y robo (25%).

GRÁFICA 71. HECHOS DE VP HACIA DELFINA GÓMEZ EN JORNADA



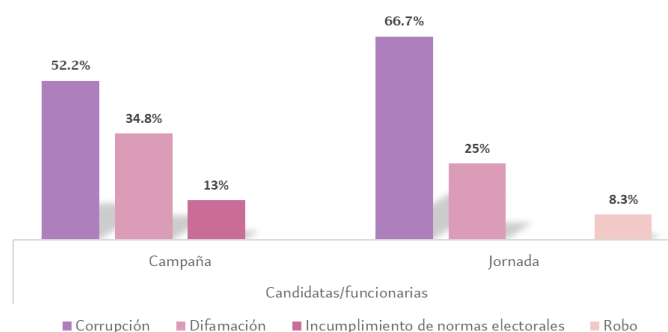
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Ejemplo de señalamientos de Daño Moral hacia Delfina Gómez

- “Y es que en la elección del próximo domingo –en donde se renovará el gobierno del Estado de México–, conoceremos no sólo el ánimo social de una porción importante de mexicanos, frente al poder central, sino la fuerza de los opositores que compiten en alianza y, sobre todo, comprobaremos el tamaño de las trapacerías de que son capaces en el partido Morena y sus aliados. Y cuando hablamos de los aliados de Morena, no sólo nos referimos a los partidos rémora del grupo en el poder federal. No, **en realidad hacemos referencia a la fuerza que desplegarán en el Estado de México las bandas criminales aliadas del gobierno de López Obrador y de su candidata en la contienda mexiquense, Delfina Gómez.** (...) Y en sentido contrario, si los mexiquenses se muestran apáticos y no acuden a la obligación ciudadana de votar, **entonces veremos que el acarreo, la compra de votos, el clientelismo y la influencia del crimen organizado harán ganar a la desprestigiada Delfina Gómez.** (<https://goo.su/xE8X>).

En el comparativo de los tipos de VP que afecta a candidatas y candidatos se reconoció que, con relación al periodo de campaña, **durante el periodo jornada existió un incremento en los señalamientos por actos de corrupción contra candidatas de 14.5%**, así como un decremento en hechos difamatorios de 9.8% (*gráfica 72*). En campaña se señaló el incumplimiento de normas electorales y el día de la jornada no hubo mención sobre ello. Otro hallazgo, es el señalamiento por robo el día de la jornada electoral (8.3%).

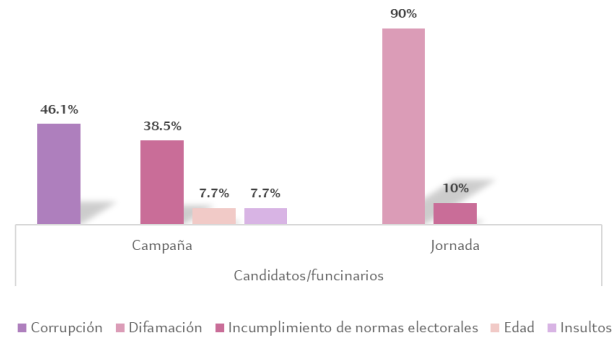
GRÁFICA 72. COMPARATIVA POR PERIODO DE HECHOS VP HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Mientras que a las candidatas y funcionarias se les señaló en mayor medida por hechos de corrupción en ambos periodos electorales, **a los candidatos y funcionarios sólo se les adjudicó incumplimiento de las normas electorales (10%) durante la jornada electoral, desdibujando otros tipos de violencias registrados en su contra durante campaña.** En relación con los hechos de difamación estos no corresponden a señalamientos en contra de candidatos, siendo un evento fortuito en contra del gobernador de Coahuila, Miguel Ángel Riquelme Solís (90%), a quien se señaló de intervenir en la elección a favor del candidato por los partidos PRI-PAN-PRD (*gráfica 73*).

GRÁFICA 73. COMPARATIVA POR PERIODO DE HECHOS DE VP HACIA CANDIDATOS

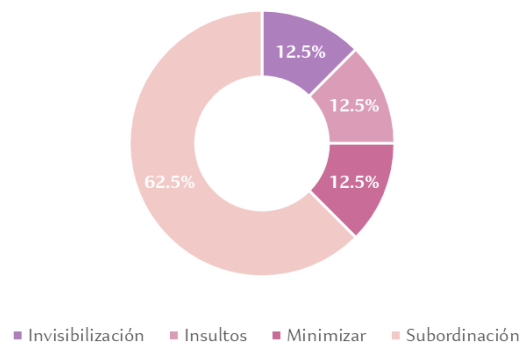


Elaboración CNCS, noviembre 2023

VPMRG

Así como en campaña, **durante la jornada el tipo de VPMRG que afectó principalmente a las candidatas y funcionarias (gráfica 74) fue la violencia simbólica (53.3%), seguida de sesgos de género (26.7%) y de atentados (20%). La violencia simbólica es materializada específicamente a través de la subordinación (62.5%), la invisibilización³⁵ (12.5%), minimización (12.5%) e insultos (12.5%).**

GRÁFICA 74. HECHOS DE VPMRG HACIA CANDIDATAS Y FUNCIONARIAS EN JORNADA



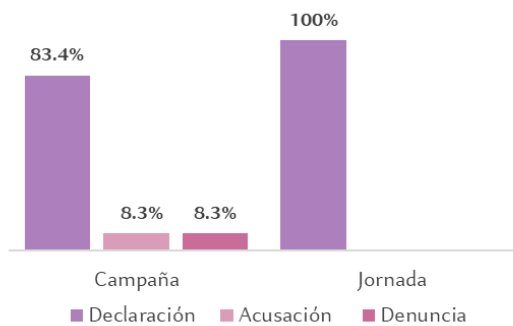
Elaboración CNCS, noviembre 2023

La subordinación identificada en los RP de la jornada tiene fundamento en “dar continuidad a la idea de perpetuar al poder en manos de los hombres, como históricamente se ha venido haciendo”. Aún cuando existen mecanismos institucionales y constitucionales cuya intención es asegurar y garantizar la participación política de las mujeres, como la paridad de género, se detectó que los actos de violencia simbólica siguen presentes tanto en campaña como en jornada electoral.

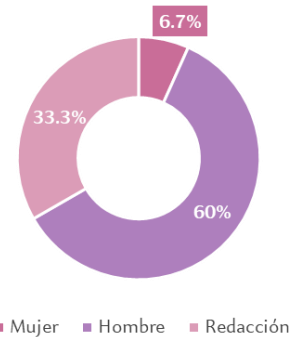
³⁵ Se les invisibilizó al no nombrarlas.

Sobre la difusión de la VPMRG (*gráfica 75*), se detectó que **los registros de personas que realizaron alguna declaración sobre algún hecho de violencia en medios convencionales fue una constante en campaña (83.4%) y en jornada (100%)**, seguidos por acusaciones en campaña (8.3%) y denuncias(8.3%). En cuanto al **género de quien realizó las declaraciones (*gráfica 76*)**, se identificó **mayoritariamente a hombres (60%)**, seguidos por mujeres (33.3%) y redacción (6.7%).

GRÁFICA 75. COMPARATIVO DE DIFUSIÓN DE LA VPMRG POR PERIODO



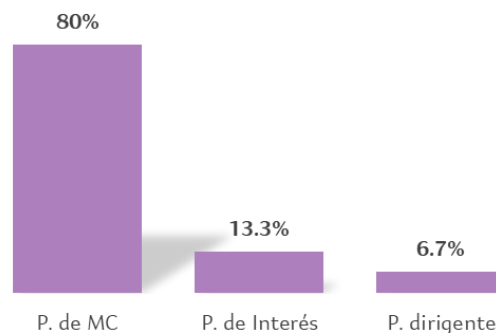
GRÁFICA 76. GÉNERO DE QUIEN DECLARA LA VPMRG EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al identificar los cargos de las personas que realizan alguna declaración relacionada con VPMRG (*gráfica 77*), se infirió que **una gran proporción fue realizada por personas de MC (80%)**, seguida de personas de Interés (13.3%) y, finalmente, de personas dirigentes de partidos políticos (6.7%). De acuerdo con Rodríguez y Palma (2012), los medios de comunicación tienen la capacidad de construir la realidad social mediante la difusión y propagación de ideas, creencias, percepciones, opiniones y valores. En este sentido, **dentro del contexto político analizado tienen la capacidad de modificar la cultura patriarcal y de visibilizar la VPMRG, abriendo la posibilidad a una cultura democrática libre de violencia.**

GRÁFICA 77. CARGO DE QUIEN DECLARA LA VPMRG EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Sobre la **VPMRG en contra de Alejandra Del Moral**, se tuvo un **registro relacionado con sesgos de género** que alude a lo que socialmente debe ser una mujer: de familia, esposa y madre; además del manejo de expresiones irónicas que se resaltan mediante el uso de signos de puntuación.

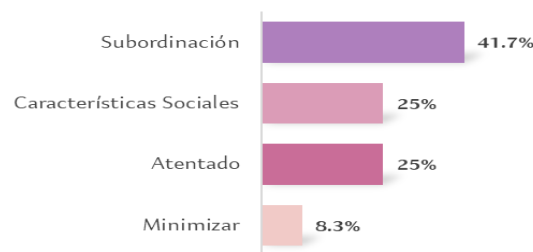
→ “Una contendiente ‘valiente’

Del Moral se presenta ante el electorado como una mujer fuerte, **de familia, esposa y madre de dos hijos**. Se define como “una mujer valiente”, lema principal de su campaña” (<https://goo.su/HM3YAQt>).

Es necesario continuar la sensibilización a las candidatas y candidatos, para evitar reproducir roles y estereotipos a través de los mensajes difundidos en sus campañas.

Así como en campaña, **la violencia simbólica predominó hacia Delfina Gómez en jornada (gráfica 78), materializada en primer lugar a través de hechos de subordinación (41.7%)**; atentados a su equipo de campaña (25%); sesgos de género, de lo que socialmente se conceptualiza ser mujer (8.3%). y minimizar su trayectoria política (8.3%).

GRÁFICA 78. HECHOS DE VPMRG HACIA DELFINA GÓMEZ EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Ejemplos de violencia simbólica-subordinación hacia Delfina Gómez.

→ “En cambio, una victoria de Morena y de su candidata, **Delfina Gómez**, se traduciría en la extensión sumisa al gobierno federal. Y es que todos saben que la señora Gómez es eso, **una de las más dóciles empleadas del presidente, a quien debe sumisión absoluta**” (<https://goo.su/xE8X>)

→ “ ‘Delfi’ **GÓMEZ** llega a la contienda por el Estado de MÉXICO entre señalamientos de **CORRUPCIÓN y SUMISIÓN DELINCUENCIAL**

(...), candidata común de los partidos Morena, del Trabajo (PT) y Verde Ecologista (PVEM) al gobierno del Estado de México, **lleva el sello del presidente Andrés Manuel López Obrador y el del senador con licencia Higinio Martínez, figuras que la han apadrinado políticamente. La morenista llegará a la contienda del 4 de junio próximo acompañada de señalamientos de sumisión, incluso de corrupción, debido al apoyo que ambos personajes le han dado y los beneficios que sus promotores han obtenido.** Pero, ante la influencia de esos liderazgos, sus defensores aseguran que la maestra tiene su propio “estilo político” (<https://goo.su/B7dt>).

Ejemplos de sesgos de género que afectaron a Delfina Gómez:

- “Primera mujer en obtener la gubernatura del Estado de México, **Delfina ‘encarna la bondad y la honestidad de nuestro pueblo’** como dijo el presidente Andrés Manuel López Obrador en un mitin” (<https://goo.su/P8lk>).
- “La aspirante a la gubernatura por el Estado de México nació el 15 de noviembre de 1962, en el municipio de Texcoco. **La también educadora es hija del ama de casa**, Catarina Álvarez Maldonado, y de José Guadalupe Gómez Pérez, albañil de profesión” (<https://goo.su/Mf0KO>).

Por último se detectaron señalamientos por atentados en contra de personas que pertenecían al equipo de campaña de la candidata en el 25% de los casos.

- “Ataque armado a domicilio y vehículos de Morena en Toluca genera preocupación antes de las elecciones
En vísperas de las **elecciones** que se celebrarán **este domingo 4 de junio**, se ha informado a través de **las redes sociales** sobre **un incidente con armas de fuego** en la localidad de San Mateo Oxtotitlán, en Toluca.

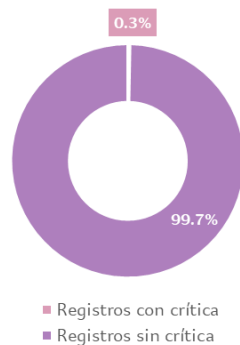
‘Los PRIANISTAS no pueden con la democracia, pero la democracia sí puede con ellos. El PRI no puede durar cien años; Delfina será gobernadora. ¡Urge despliegue disuasivo de la Guardia Nacional!’, expresó Epigmenio Ibarra en su cuenta de la red social X.

Asimismo, el periodista informó que al menos 10 individuos, en unos 4 vehículos, llegaron al número 103 de la Calle del Nevado y se dirigieron directamente a la zona del ataque armados, portando tanto pistolas como palos y tablas, con el objetivo de romper los cristales de todos los vehículos pertenecientes al partido representado por la candidata Delfina Gómez” (<https://goo.su/zc5k7>).

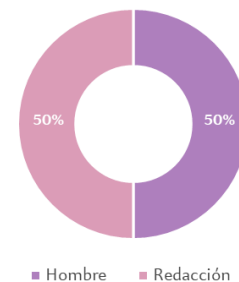
Críticas

En la *gráfica 79* se identificó que **las críticas hacia las candidaturas en jornada disminuyeron en relación con campaña** (0.3 y 2.6%, respectivamente). **Estas fueron realizadas por hombres (50%) y medios de comunicación (50%) contra Delfina Gómez por su forma de hablar y por su gestión como funcionaria pública** (*gráfica 80*).

GRÁFICA 79. RP CON CRÍTICAS EN JORNADA



GRÁFICA 80. GÉNERO DE QUIENES CRITICARON EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Ejemplos de crítica hacia Delfina Gómez

- “De llegar a la gubernatura, **Delfina Gómez aplicará una política semejante a la que instrumentó como alcaldesa de Texcoco** y será más incondicional si esto fuera posible del presidente y del gobierno de la "Cuarta Transformación". **Lo anterior se concluye de lo que afirman, entrevistados por este semanario, habitantes texcocanos cuya demanda de servicios básicos fue ignorada durante los trienios morenistas**; abandono y discriminación que el grupo gobernante trata de justificar con argumentos xenófobos como los expresados por el exalcalde Higinio Martínez, quien calificara de "foráneos" o "migrantes" a los pobladores de varias colonias en el municipio, a quienes culpó de la incapacidad de la autoridad municipal para resolver los problemas sociales y los acusó de haber introducido la pobreza en el "paraíso texcocano". (<https://goo.su/z6fuy>).
- “El segundo ejercicio fue semejante. Una nueva moderadora —propuesta por Morena— medió el intercambio de planteamientos. **Nuevamente Delfina Gómez se mostró titubeante, nerviosa e incapaz de concluir a tiempo sus intervenciones. Su manejo de un presunto lenguaje inclusivo complicó su ya atropellada e incorrecta dicción**”. (<https://goo.su/juHq>)

Temas

El número de registros en los cuales se hizo **referencia a algún tema en jornada fue de 11.4%**, mientras que en el resto de los RP estos no se refirieron (*gráfico 81*).

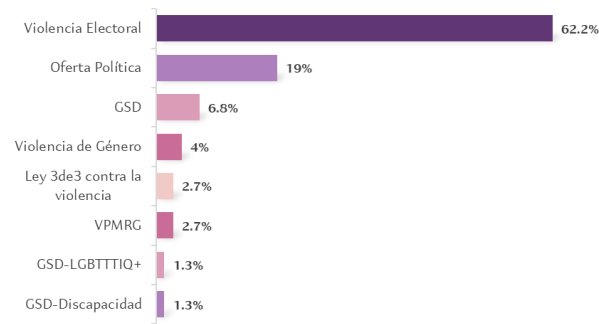
GRÁFICA 81. RP CON TEMAS EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

La mayoría de los registros hicieron referencia a hechos considerados como **violencia electoral (62.2%) -compra de votos, intimidación de personas que acudieron a votar, detenciones arbitrarias u hostigamientos de personas pertenecientes a partidos políticos-** seguidos de ofertas políticas (19%) y temas relacionados con los GSD (6.8%). Es evidente el **desinterés de los medios de comunicación en temas: como violencia de género (4%), la ley 3 de 3 contra la violencia (2.7%), VPMRG (2.7%), personas con discapacidad (1.3%) y de la comunidad LGBTTTIQA+ (1.3%)**.

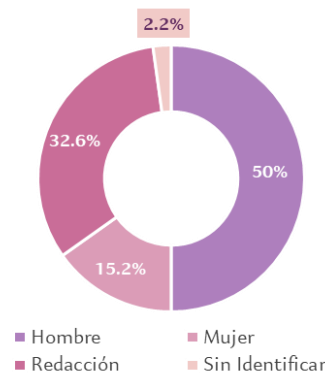
GRÁFICA 82. TEMAS EN LOS RP EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

De acuerdo con la *gráfica 83*, la **violencia electoral es el tema más referido en jornada por los hombres (50%)**, medios de comunicación (32.6%) y mujeres (15.2%); en tanto que en una minoría de registros no se identificó el género de la persona que realizó dicha referencia (2.2%).

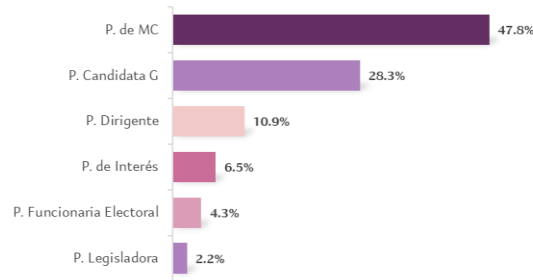
GRÁFICA 83. ¿QUIÉN REFIERE A LA VIOLENCIA ELECTORAL?



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Entre los cargos de las personas que refirieron hechos de violencia electoral en los RP (*gráfica 84*), se encuentran las personas pertenecientes a algún medio de comunicación (47.8%), circundadas por personas candidatas a gubernaturas (28.3%), dirigentes de partidos políticos (10.9%), personas de interés (6.5%), funcionarias electorales (4.3%) y legisladoras (2.2%).

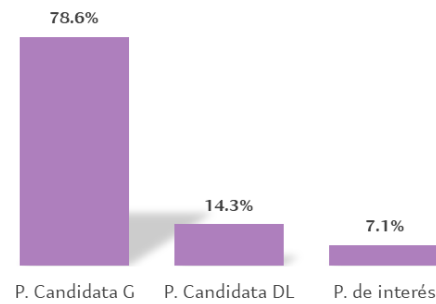
Gráfica 84. Cargo de quienes refieren a la violencia electoral



Elaboración CNCS, noviembre 2023

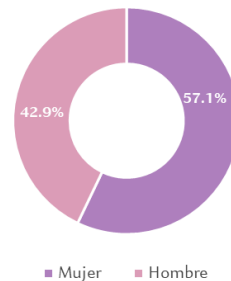
El segundo tema más reseñado fueron las ofertas políticas (gráfica 85), de la cuales las personas candidatas a alguna gubernatura emitieron la mayor parte (78.6%), seguidas de las candidaturas a alguna diputación local (14.3%) y, finalmente, de las personas de interés (7.1%). En la gráfica 86 se percibe que las mujeres fueron quienes expresaron el mayor porcentaje de ofertas (57.1%), en comparación con hombres (42.9%).

GRÁFICA 85. CARGO DE QUIENES REFIRIERON A LAS OFERTAS POLÍTICAS EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

GRÁFICA 86. GÉNERO DE QUIENES REFIRIERON A LAS OFERTAS POLÍTICAS EN JORNADA

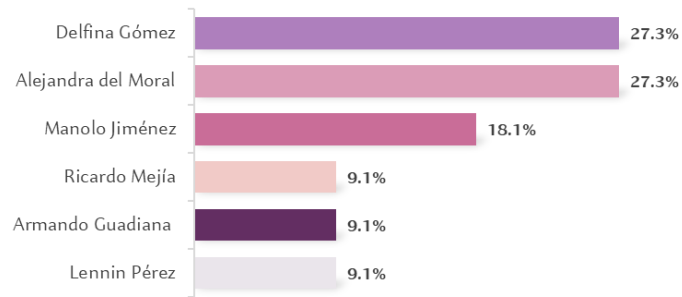


Elaboración CNCS, noviembre 2023

Las ofertas que emitieron las candidatas Delfina Gómez (27.3%) y Alejandra Del Moral (27.3%) fueron las más retomadas por los medios convencionales en la misma magnitud. En contraste con

las realizadas por los candidatos Manolo Jiménez (18.1%), Ricardo Mejía (9.1%), Armando Guadiana (9.1%) y Lennin Pérez (9.1%). **Aun cuando existieron 42 candidatas a una diputación local, los medios solo retomaron las ofertas realizadas por Edith Hernández, candidata por la coalición PRI-PAN-PRD, el resto quedaron invisibilizadas, prevaleciendo la inequidad periodística entre mujeres por el rango y el cargo (gráfica 87).**

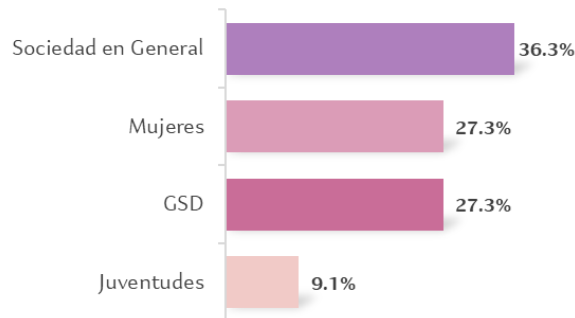
GRÁFICA 87. ¿A QUIÉN PERTENECÍAN LAS OFERTAS POLÍTICAS?



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Finalmente, las **diversas ofertas emitidas por las candidaturas y que a su vez fueron retomadas por los medios de comunicación (gráfica 88)**, en su mayoría fueron pensadas en atender a la **sociedad en general (36.3%)**; a las mujeres (27.3%) y a los GSD (27.3%), en segundo lugar y, finalmente, a las juventudes (9.1%).

GRÁFICA 88. POBLACIÓN OBJETIVO DE LAS OFERTAS POLÍTICAS EN JORNADA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En conclusión, durante el proceso de cobertura periodística que se dio al PEL 2022-2023, se observó que **los hombres (26.6%) son quienes más ocupan las direcciones de los medios de comunicación** en comparación con las mujeres (21.1%). De igual forma, **los hombres son quienes más escriben (55.1%) en los medios de comunicación o cubren un hecho noticioso** por encima de las mujeres (7.7%).

Queda en evidencia que el género influye al momento de dar voz a las candidaturas, ya que del total de personas que forman parte de un medio de comunicación, **los hombres les dieron más voz a los candidatos (32.6%)** sobre las candidatas (23.9%); en contraste, **las mujeres que escriben en los medios buscaron como primera fuente de información más a las candidatas (22.1%)** que a los candidatos (16.7%).

De esta forma, tanto en campaña como en jornada, **los hombres (52.7%) continuaron predominando como fuentes de información** en comparación con las mujeres (43.9%) y las instituciones (3.4%), por lo que subsiste que los medios de comunicación recurren en mayor medida a los hombres para que den su punto de vista u opinión con respecto a temas relacionados con las contiendas electorales.

Con respecto a las candidaturas que fueron tomadas como fuentes informativas, **el porcentaje que representaron las candidatas (60.7%)** con respecto a los candidatos (39.3%) **fue mayor; siendo las declaraciones de las candidatas a la gubernatura del Estado de México (58.7%) las se consideraron en mayor medida durante la cobertura** que a los candidatos que contendieron a la gubernatura de Coahuila (36%); a nivel local los hombres que contendieron por una diputación se les dio más voz (3.2%) en comparación con las mujeres (2.1%).

Lo anterior, se vio reflejado de igual manera en las menciones, toda vez que las candidatas a la gubernatura mexiquense (56.3%) fueron mayormente mencionadas que los candidatos coahuilenses (35%), lo que representó 21.3 puntos porcentuales en favor de ellas. De esta forma, **las menciones hacia las y los contendientes a las diputaciones locales fueron muchos menores que en el caso de las gubernaturas**, siendo 5.4% y 3.3%, respectivamente.

Los medios de comunicación tienen el deber de garantizar la igualdad en la cobertura periodística. Sin embargo, cuando en los medios no existe un balance entre las personas que los conforman, como titulares y personas que escriben, no se garantiza la igualdad y la disminución de las brechas entre candidaturas durante los procesos electorales.

Por otra parte, **poner el foco mediático sobre las candidatas, trae consigo que éstas sean sujetas de casos de VP (41.2%) y de VPMRG (31.8%)**, siendo más afectadas que los hombres (27.1%) en lo que se refiere a casos de VP.

El tipo de violencia en razón de género que más afectó a las candidatas fue la simbólica (55.6%), donde prevalecen señalamientos de subordinación (53.3%) de estas hacia figuras masculinas de la política, suponiendo que el desarrollo de sus carreras políticas ha sido construido a partir de una figura política masculina, denota su propia capacidad para desarrollar estas por sí mismas.

En este sentido, a pesar de existir posiblemente avances en la cobertura que brindan los medios de comunicación a la contienda local donde participaron únicamente mujeres, ya que esto es variable en razón del territorio y la importancia que este tiene para el país, la realidad es **que aún queda mucho por hacer para evitar que en los medios de comunicación se continúen reproduciendo hechos de VP como antesala para la configuración de casos de VPMRG.**

Capítulo 2. Redes Sociales

Este capítulo aborda los principales hallazgos del monitoreo de la conversación pública expresada en la red social X en torno al PEL 2022-2023, al ser un espacio socio digital donde la VP y la VPMRG han tenido más posibilidades de existir. Específicamente se presentarán los estudios de caso de las dos entidades que tuvieron elecciones de gubernatura -Coahuila y México-, dividiéndose el capítulo en cuatro apartados: sentimiento, menciones, VP y VPMRG, y crítica³⁶.

De acuerdo con cifras oficiales del Instituto Electoral de Coahuila³⁷, el 56.4% de la ciudadanía participó en las elecciones del 4 de junio. En esta contienda cuatro hombres buscaron la gubernatura de la entidad: Ricardo Sóstenes Mejía Berdeja, abanderado del PT; Santana Armando Guadiana Tijerina de Morena; Manolo Jiménez Salinas de la coalición PAN-PRI-PRD; y Evaristo Lenin Pérez Rivera por UDC-PVEM.

En el Estado de México, el 50.13% de la ciudadanía ejerció su voto de acuerdo con el Programa de Resultados Electorales Preliminares 2023 del IEEM. En este escenario **dos mujeres participaron por primera vez en la historia de la entidad como candidatas a la gubernatura**: Delfina Gómez Álvarez de Morena y Paulina Alejandra Del Moral Vela por la coalición integrada por PRI-PAN-PRD “Va por México”. La participación paritaria es fundamental para una sana democracia, el hecho de que por primera vez dos mujeres buscaran la gubernatura en una entidad clave -previo a 2024-, generó múltiples reacciones en la conversación pública del electorado.

Casos de estudio: México y Coahuila

Sentimiento

Para comprender cómo se percibe la participación política de las mujeres en la conversación se identificó el sentimiento, expresado mediante emojis, contenido compartido y otros elementos gráficos, y el texto mismo en cada publicación. Se consideró la connotación de cada RS de la muestra, así como el significado que representaban hacia las candidaturas (positivo, negativo o neutro).

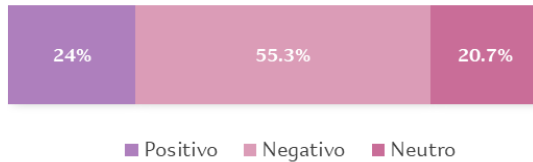
Al respecto, se encontró que, **en la conversación sobre las candidaturas de ambas entidades durante la campaña electoral (gráficas 89 y 90), poco más de la mitad de los RS presentó sentimiento negativo** (México:55.3%; Coahuila: 51.2%). Sin embargo, en el Estado de México las publicaciones con sentimiento positivo fueron superiores a las de Coahuila. **Es decir**, entre la conversación analizada y sin distinción de tipo de cuentas, **se habló mejor de las candidatas que de**

³⁶ En el apartado de la muestra analizada de redes sociales, encontrará el número de publicaciones obtenidas de las muestras aleatorias para cada entidad y ejemplos de los tipos de cuenta que integraron el muestreo.

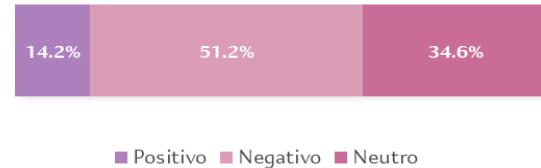
³⁷ De acuerdo con los datos arrojados por el PREP del Instituto Electoral de Coahuila (IEC, 2023).

los candidatos, dado que en el Estado de México los RS positivos representaron 24% de la muestra y en Coahuila 14.2%.

GRÁFICA 89. SENTIMIENTO DE LOS RS EN EL ESTADO DE MÉXICO



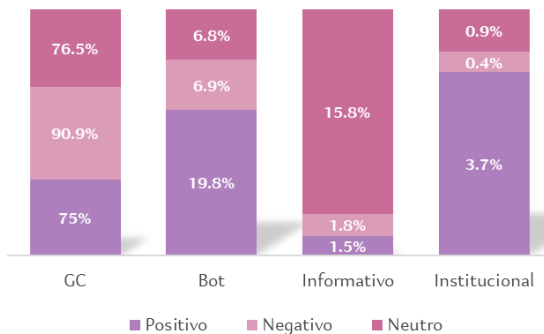
GRÁFICA 90. SENTIMIENTO DE LOS RS EN COAHUILA



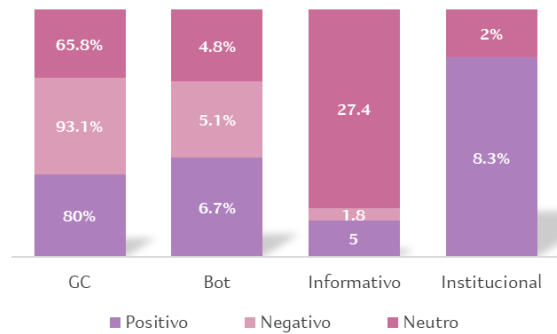
Elaboración CNCS, noviembre 2023

En estas gráficas se puede identificar cómo se manifestó el sentimiento según el tipo de cuenta que participó en la conversación de cada entidad.

GRÁFICA 91. SENTIMIENTO POR TIPO DE RS EN EL ESTADO DE MÉXICO



GRÁFICA 92. SENTIMIENTO POR TIPO DE RS EN COAHUILA



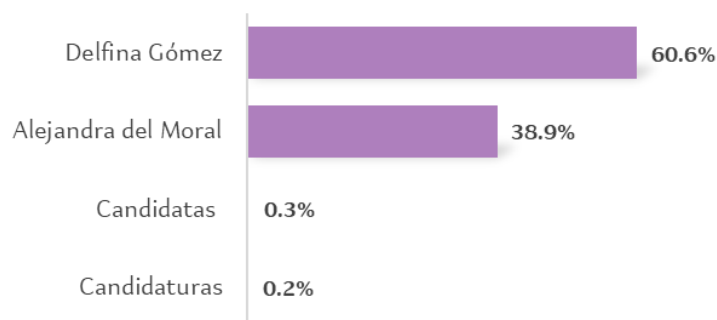
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al observarlas se puede concluir lo siguiente:

1. Los RS de GC presentaron en su mayoría sentimiento negativo en ambas entidades con poco más de 90%.
2. En Coahuila se percibió de mejor manera a los candidatos (80%) que a las candidatas del Estado de México (75%). Con ello, la ciudadanía usuaria de la red social X, evidenció que es más aceptada la postulación de un hombre a un cargo popular que la de una mujer.
3. En el Estado de México hubo más conversación generada por bots (33.5%) que en Coahuila (16.6%), sin embargo, en ambos casos la mayoría de sus publicaciones fueron de sentimiento positivo.
4. El número de RS informativos en Coahuila fue mayor que en el Estado de México; en ambas entidades el sentimiento que predominó en estas publicaciones fue neutro.

Durante la campaña electoral se identificó que las publicaciones no solo mencionaron a quienes se postularon a las gubernaturas en juego, sino también a otras personas inmersas en la vida política del país. Al respecto, se observó que la conversación en el Estado de México se concentró en las candidatas (*gráfica 93*), donde **Delfina Gómez** **acaparó la mayor parte de las menciones en la muestra** (60.6%); seguida de Alejandra Del Moral (38.9%).

GRÁFICA 93. PERSONAS CANDIDATAS MENCIONADAS EN LOS RS DEL ESTADO DE MÉXICO

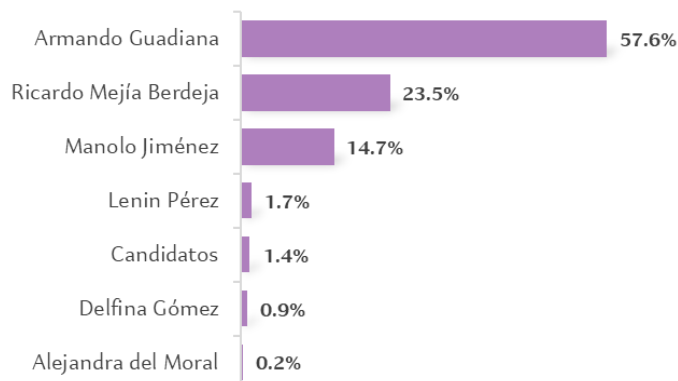


Elaboración CNCS, noviembre 2023

En cuanto a Coahuila, en la *gráfica 94*, se detectó que **el personaje principal de la conversación fue el abanderado de Morena Armando Guadiana con un mayor número de menciones** (57.6%), seguido de Ricardo Mejía Berdeja (23.5%) y, finalmente, del gobernador electo y entonces candidato Manolo Jiménez (14.7%).

Un hallazgo sobresaliente detectado fue que, **aunque solo hubo hombres participando en la contienda**, en la conversación registrada **se hizo referencia a las candidatas a la gubernatura del Estado de México**, Delfina Gómez (0.9%) y Alejandra Del Moral (0.2%). De esta forma, **la participación de solo mujeres en un escenario de gran relevancia, como lo es el Estado de México por dimensión territorial, alto índice poblacional y contribución económica, atrajo la atención no solo de medios e instituciones de otras entidades, sino también de ciudadanía y aspirantes que emitieron opiniones diversas al respecto.**

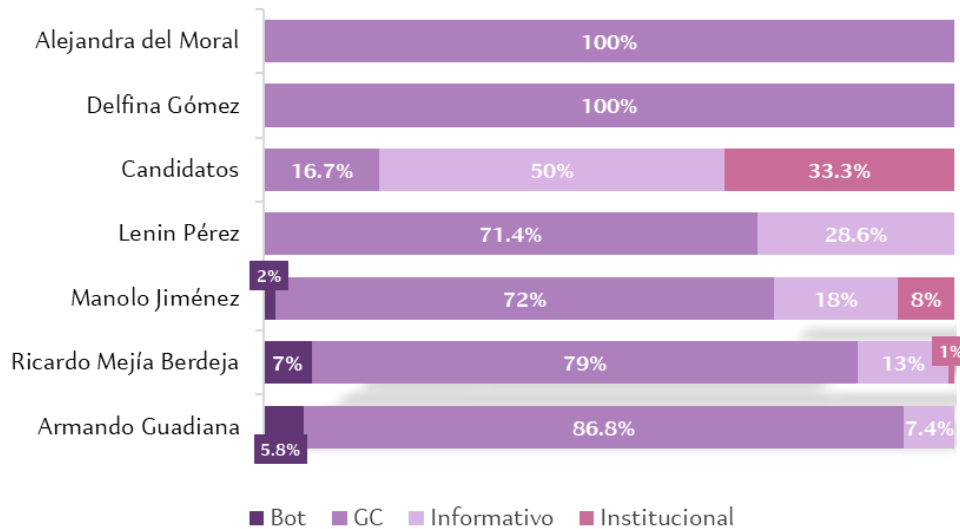
GRÁFICA 94. PERSONAS CANDIDATAS MENCIONADAS EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

El mayor volumen de la conversación analizada en ambas entidades fue desarrollado por personas GC³⁸, mismas que motivaron la discusión en Coahuila sobre las candidatas, tal y como se visualiza a continuación (gráfica 95).

GRÁFICA 95. CANDIDATURAS MENCIONADAS POR TIPO DE RS EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

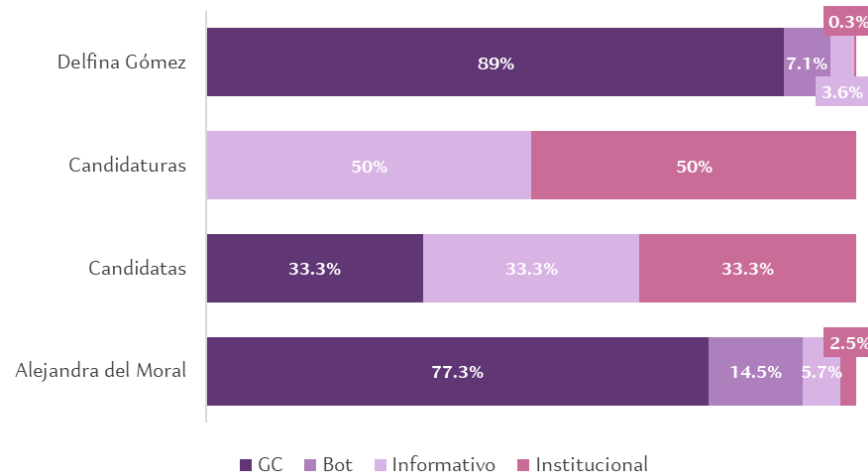
Los RS informativos en Coahuila destinaron su conversación con menciones a cada una de las candidaturas de manera general (50%)³⁹, mientras que los bots centraron su conversación en Ricardo Mejía Berdeja (7.1%). El candidato contendiente más mencionado -Armando Guadiana- no presentó menciones de alguna institución, porque su conversación fue generada principalmente por GC (86.8%); en contraste con Manolo Jiménez, quien motivó la conversación entre GC (72.1%), bots (1.6%), instituciones (8.2%) y medios de comunicación (18%), respectivamente. Alguien que tampoco tuvo menciones por instituciones o bots fue Lenin Pérez, abanderado de UDC-PVEM.

En el Estado de México también la conversación estuvo motivada principalmente por GC (gráfica 96). La mayor parte de los RS que mencionaron a Delfina Gómez fueron publicados por cuentas de este tipo (89.9%), de igual manera que con Alejandra Del Moral (77.3%). Cuando se hizo referencia a ambas aspirantes con el término incluyente *candidaturas*, lo hicieron las instituciones y medios informativos en igual proporción (50%). La presencia de bots fue mayor cuando se mencionó a Alejandra Del Moral (14.5%) en relación con Delfina Gómez (7.1%).

³⁸ Ver apartado de Muestra Analizada en Redes Sociales.

³⁹ Se identifica con la palabra *candidaturas* en la Gráfica 96.

GRÁFICA 96. CANDIDATURAS MENCIONADAS POR TIPO DE RS EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Aunque existió una gran actividad de personas usuarias en la red social X que opinó y analizó la participación de las mujeres a la gubernatura del Estado de México, esta no fue del todo favorable (gráfica 97) porque predominó el sentimiento negativo (55.2%). El sentimiento negativo hacia Delfina Gómez en los RS actuó de manera proporcional a su presencia en la conversación (40.4%).

A continuación, algunos ejemplos del sentimiento identificado en la conversación sobre Delfina Gómez:

Delfina Gómez

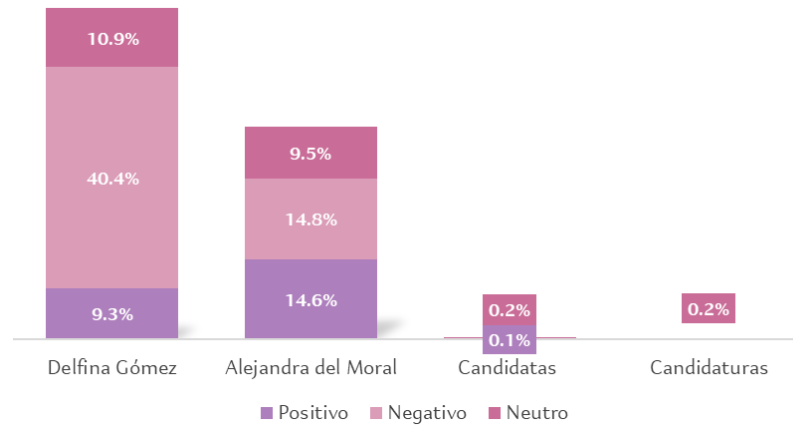
- **GC, negativo.** “Imagínate cómo estarán de desesperados los habitantes del infierno de México para preferir a Delfina y no al PRIAN. Eso debería decirte muchas cosas.”. Publicado por Starla (@corazond3pollo) - <https://goo.su/F2RTDF0>
- **GC, positivo.** “Vecino, vecina; sal a votar por Delfina 🙌”. Publicado por Pepe López (@rios7603) - <https://goo.su/88NzHf>

La candidata Alejandra Del Moral no quedó exenta de este sentir, la mayor cantidad de veces que se le mencionó fue de manera negativa (14.8%). A diferencia de la morenista, el segundo tipo de sentimiento que se registró para Alejandra en sus menciones fue el positivo (14.6%) y para Delfina este ocupó el tercer sitio (9.3%).

Alejandra Del Moral

- **GC, negativo.** “No soy vidente... Pero te voy a decir que pasará.... ¡VAS A PERDER! ...”. Publicado por Rubén Ramírez (@rube161) - <https://goo.su/A0ao>
- **GC, positivo.** “Veamos el debate y apoyemos a #AleDelMoral #NiUnVotoAMorena2023y2024”. Publicado por Rocío de Jesús (@rosyavim) - <https://goo.su/cqfDPMP>

GRÁFICA 97. SENTIMIENTO REGISTRADO POR CANDIDATURA MENCIONADA EN EL ESTADO DE MÉXICO

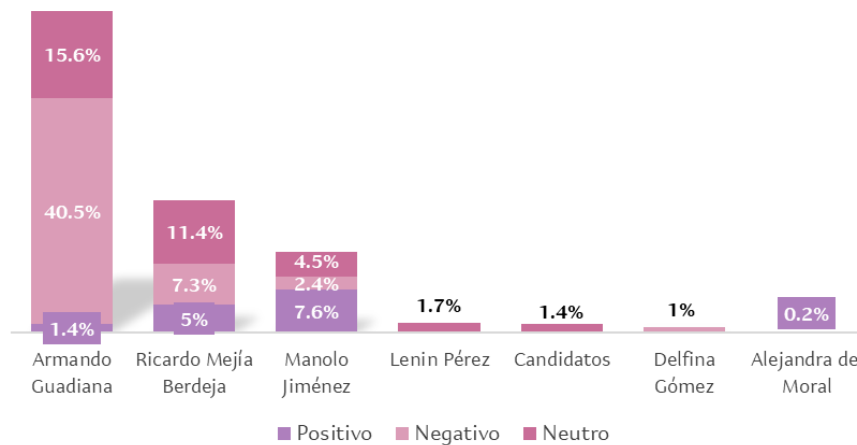


Elaboración CNCS, noviembre 2023

En relación con los sentimientos registrados hacia las candidaturas mencionadas en Coahuila (gráfica 98), se detectó que la emoción negativa dominó al interior de las publicaciones del monitoreo (51.1%). Armando Guadiana fue el candidato más mencionado y quien recibió mayor sentimiento negativo (40.5%), seguido por Ricardo Mejía (7.3%) y Manolo Jiménez (2.4%), al igual que Delfina Gómez (0.9%), aun cuando no era una candidata registrada para ese territorio.

Ante este dato y al recordar cómo el sentimiento negativo también predominó en la conversación del Estado de México (51.2%), se puede aseverar que es un indicio de cómo se percibe la participación política de las mujeres al irrumpir en espacios históricamente asignados a los hombres, aun cuando sean personajes insertos en una contienda diferente a la que pertenecen. Por otra parte, la única referencia a la candidata Alejandra Del Moral fue positiva. Si bien no se le ataca, refuerza el posicionamiento sobre tener una opinión -buena o mala- sobre las mujeres inmersas en la política sin importar que el escenario político sea contenido solo por hombres.

GRÁFICA 98. SENTIMIENTO REGISTRADO POR CANDIDATURA MENCIONADA EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

A continuación, se presentan algunos tuits donde se refirió a los candidatos de Coahuila por tipo de sentimiento y de RS:

Armando Guadiana

GC, negativo. “No oí si el Presidente (sic) le dijo ambicioso traidor. Es mi opinión. Guadiana es un impresentable.”. Publicado por Rogelio Esquivel (@r_esquivel) - <https://goo.su/TsQHxah>

GC, positivo. “Guadiana próximo gobernador de Coahuila. Animo (sic) y un fuerte abrazo desde Guadalajara 😊😊”. Publicado por Manuel Ponce (@manuelponce) - <https://goo.su/xfbX>

Lenin Pérez

GC, neutro. “El Senador Manuel Velasco Coello, @VelascoM_ descartó que el Partido Verde y su candidato Lenin Rivera, vayan a declinar en apoyo del candidato de #Morena, Armando Guadiana, @aguadiana, rumbo a las elecciones para gobernador de #Coahuila, a realizarse el domingo 4 de junio.”. Publicado por Martha Isabel Alvarado (@MarthaisabelRex) - <https://goo.su/HYzhXr>

Manolo Jiménez

GC, positivo. “🟡🟠🟢 Cerramos el día de ayer muy contentos y motivados 😊 presentando nuestras propuestas en el Ejido BOQUILLA DE LAS PERLAS, para fortalecer (sic) 🤝 a las mujeres 👩👧 de mi #Distrito7 ✅ haciendo equipo con mi amigo Manolo Jiménez Salinas candidato a gobernador de #Coahuila”. Publicado por Raúl Onofre (@RONOFRE58) - <https://goo.su/j8PtY>

Informativo, neutro. “🗳️ El candidato del PRI-PAN-PRD a la gubernatura de #Coahuila, @manolojim, cargó contra la política de seguridad de la #4T al increpar públicamente a sus adversarios políticos, @aguadiana, de #Morena y @RicardoMeb, del #PT. (1/3)”. Publicado por Código Magenta (@CodigoMagentaMx) - <https://goo.su/mUlpOl>

Ricardo Mejía Berdeja

GC, negativo. “MEJIA BERDEJA NO REPRESENTA LA COALICIÓN DE LA 4T, ES GUADIANA!! #VOTOMASIVOAMORENA RECUERDA QUE NECESITAMOS MAYORIA CALIFICADA”. Publicado por Grace V. Jmz. (@sonia_vjimz1) - <https://goo.su/MBvKX4c>

Bot, positivo. “No hay mejor candidato que Ricardo Mejía”. Publicado por Fabiola Guzmán (@FabsGuzm4n) - <https://goo.su/zsTvAxY>

El sentimiento registrado en la conversación sobre las personas candidatas **es clave para identificar posibles casos de violencia expresados en el espacio digital**, así como críticas. Es relevante indagar sobre los hechos que afligieron a quienes contendieron a fin de evidenciar matices e impactos entre mujeres y hombres, porque la violencia no les afecta de igual manera.

Violencia

El uso de plataformas digitales se ha convertido en un espacio que los agresores han usado para violentar y acosar⁴⁰ a las mujeres, también llamada violencia digital⁴¹, de la cual no están exentas las candidatas. A continuación, se darán a conocer los casos de violencia contra las candidatas a la gubernatura del Estado de México, identificados durante el periodo de campaña electoral en X, mismos que se clasificaron en hechos de VP y VPMRG y que configuran, a su vez, casos de violencia digital debido al espacio virtual en el que manifiestan.

La VP afecta de manera indiscriminada tanto a mujeres como hombres y se ha convertido en un fenómeno característico de los Procesos Electorales en todo el mundo. A este fenómeno se suma otro que aqueja a un grupo específico de quienes participan en la vida política del país: **las mujeres.** Es decir, ellas **además de lidiar con VP, también se enfrentan a** hechos que les afectan solo por ser mujeres existiendo en un espacio históricamente arrebatado y ocupado por hombres: **la VPMRG que puede ser efectuada por cualquier persona e incluso medios de comunicación.** Además, **responde a la naturalización de roles y estereotipos de género que buscan mantener a las mujeres en las esferas privadas,** la más común el hogar, pues el espacio público es para hombres.

VP

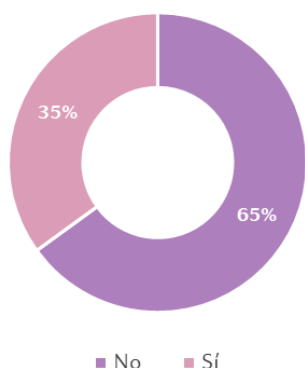
En ambos casos, la VP y la VPMRG, se han convertido en factores clave y de interés en la conversación pública y práctica política en torno a las elecciones y este PEL 2022-2023 no fue la excepción. **En 368 RS de la muestra sobre la elección del Estado de México, se registró al menos un hecho de VP contra las candidatas (gráfica 99);** mientras que, **en Coahuila (gráfica 115)** de 381 registros analizados **se identificaron 55 publicaciones (14.4%).**

Aun cuando la muestra analizada del Estado de México fue mayor que la de Coahuila, **estas cifras logran dimensionar la presencia de VP en cualquier escenario, sea competido solo por mujeres o solo por hombres.** En esta ocasión, **los RS con hechos de violencia del Estado México (35%) superan en poco más del doble a los ocurridos en Coahuila (14.4%),** donde hubo más aspirantes a la gubernatura y fuerzas políticas compitiendo (*gráfica 100*).

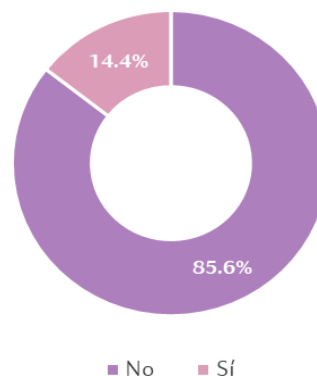
⁴⁰ De acuerdo con datos obtenidos en el Módulo sobre Ciberacoso (MOCIBA) provenientes del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), hasta ese año, 20.8 por ciento de la población -17.4 millones de personas- de 12 años y más que usó internet fue víctima de ciberacoso. De este porcentaje, 9.8 millones fueron mujeres (INEGI, 2022).

⁴¹ De acuerdo con la LGAMVLV en su Artículo 20 Quáter, se entiende por violencia digital “[...] aquellos actos dolosos que causen daño a la intimidad, privacidad y/o dignidad de las mujeres, que se cometan por medio de las tecnologías de la información y la comunicación” (DOF, 2023).

GRÁFICA 99. RS CON VIOLENCIA EN EL ESTADO DE MÉXICO



GRÁFICA 100. RS CON VIOLENCIA EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En poco más de la tercera parte del total de la muestra del Estado de México (35%) se identificó algún caso de VP -368 RS-; sin embargo, en algunos de ellos se presentó más de un hecho de violencia (Tabla 1), originando 379 actos de VP contra las candidatas y otras mujeres en ejercicio de un cargo dentro de la conversación. Es decir, 8 RS contuvieron dos casos de violencia -cada uno donde las víctimas fueron diferentes personas; en 1 RS se identificaron 2 tipos de violencia hacia una misma víctima; en 1 RS se encontraron 3 casos de violencia con diferentes víctimas; y en 358 RS solo hubo un hecho de violencia con una sola víctima.

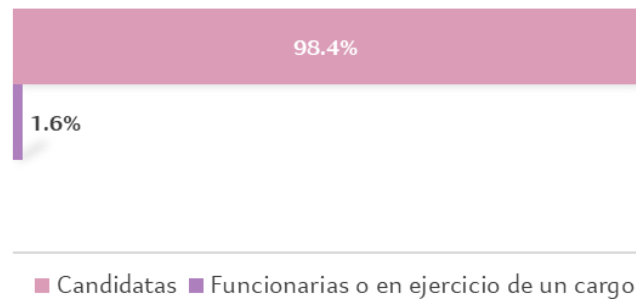
TABLA 1. NÚMERO DE RS EN ESTADO MÉXICO Y CASOS DE VP QUE INCLUYERON

RS con violencia	RS con VP	Total de casos de VP identificados en los RS
RS que afectaron a más de una persona	8	16
RS con más de un tipo de violencia hacia la misma persona	1	2
RS con más de un tipo de violencia y que afectó a más de una persona	1	3
RS con un solo tipo de violencia o que afectaron a una sola persona	358	358
TOTAL	368	379

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al identificar a las personas afectadas en los RS con VP en el Estado de México se detectó que fueron más violentadas las candidatas a la gubernatura (98.4%) y en segundo lugar funcionarias o en ejercicio de un cargo (1.6%).

GRÁFICA 101. PERSONAS AFECTADAS POR VP EN LOS RS DEL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En Coahuila, se contabilizaron 55 RS donde se narró o expresó un hecho de violencia contra las personas candidatas, personas funcionarias o en ejercicio de un cargo de elección popular (14.4% del total de RP analizados), algunos de ellos con más de un registro de VP. Así en estos 55 RS se registraron un total de 59 hechos de violencia (tabla 2):

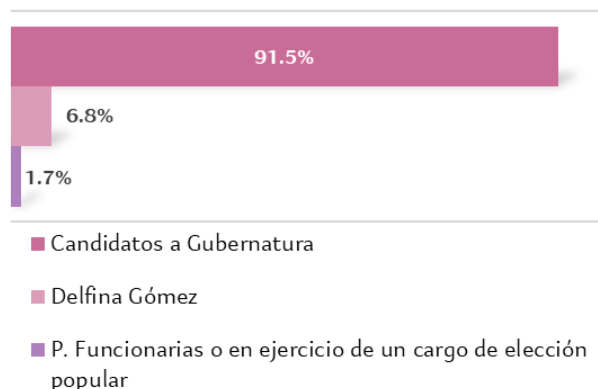
TABLA 2. NÚMERO DE RS EN COAHUILA Y CASOS DE VP QUE INCLUYERON

RS con violencia	RS con VP	Total de casos de VP identificados en los RS
RS con un solo hecho de VP	51	51
RS que afectaron a más de una persona	4	8
TOTAL	55	59

Elaboración CNCS, noviembre 2023

En este escenario, los RS donde se identificaron hechos de VP afectaron en mayor proporción a los candidatos a la gubernatura de Coahuila (91.5%). Sobresale también la existencia de casos de violencia contra Delfina Gómez y otras personas funcionarias o en ejercicio de un cargo de elección popular como Claudia Sheinbaum (gráfica 102).

GRÁFICA 102. PERSONAS AFECTADAS POR VP EN LOS RS DE COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

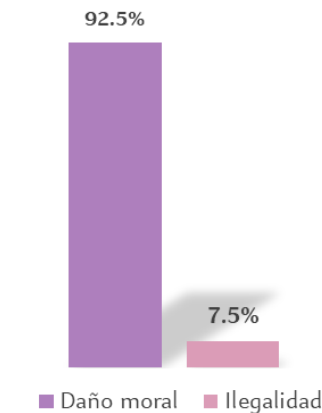
Con base en estos hallazgos se puede asegurar que, **en relación con la participación política de las mujeres, la violencia contra ellas aumenta, aun cuando los personajes principales de la conversación sean únicamente hombres.** Ejemplo de ello son los siguientes casos que afectaron a cualquier persona candidata, funcionaria o en ejercicio de un cargo sin considerar su género.

Este tipo de violencia (VP), **tiene como fin desvalorizar a las y los adversarios.** La expresión más común de este tipo de violencia es el daño moral a través de difamaciones, calumnias y otro tipo de acusaciones; sin embargo, estos hechos **además de afectar a las candidaturas también generan un ambiente de desinformación en torno al electorado,** impidiendo así un sano desarrollo de las contiendas electorales y la vida democrática en el país. **En el Estado de México se detectaron 2 tipos de VP -daño moral e ilegalidad- (gráfica 103).** En ambos casos **las personas destinatarias fueron mujeres, afectadas principalmente por daño moral⁴² (93%),** seguidas por ilegalidad⁴³.

⁴² Consiste en difamar o calumniar a una persona candidata para desacreditarle y con ello desestabilizar su oportunidad de triunfo.

⁴³ Estas acusaciones o declaraciones contra una persona candidata van acompañadas de pruebas, fehacientes o no, sobre algún acto considerado como delito.

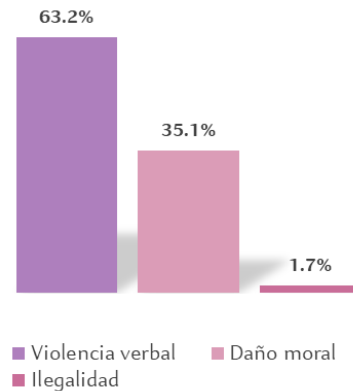
GRÁFICA 103. TIPOS DE VP EN LOS RS DEL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En los casos de VP identificados en Coahuila, el hecho de violencia que afectó a las personas candidatas referidas en los RS, en primer lugar, fue la violencia verbal⁴⁴ (63.2%), seguida del daño moral (35.1%) y de la ilegalidad⁴⁵ (1.7%). Es decir, el insulto es el hecho de VP más frecuente en los RS, por este motivo **se sugiere concientizar a generadores de contenido, instituciones y medios de comunicación a conducirse de manera respetuosa hacia las candidaturas durante las contiendas electorales.**

GRÁFICA 104. TIPOS DE VP EN LOS RS DE COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

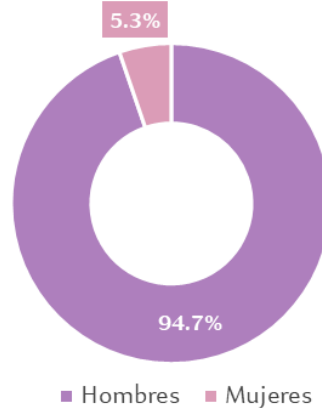
Aunque la VP afectó en mayor proporción a los candidatos en Coahuila (94.7%) -consecuencia de que solo hubo hombres contendientes a la gubernatura-, **las mujeres mencionadas en este**

⁴⁴ Si bien, estas expresiones no afectan en igual proporción que a las mujeres, porque a ellos no se les descalifica por ser hombres, esta clasificación se consideró para fines estadísticos ya que más adelante se abordará cómo es que este tipo de violencia se manifiesta en contra de las mujeres.

⁴⁵ Aunque no se tipifica como tal, se considera en la medición porque también funciona como un parámetro para comparar el impacto que estas declaraciones tienen entre mujeres y hombres.

escenario no estuvieron exentas de padecer este fenómeno, a pesar de o haber sido partícipes directamente en él, como se muestra en la *gráfica 105*, ellas aparecieron en 5.3% de los casos.

GRÁFICA 105. GÉNERO DE P. CANDIDATAS AFECTADAS POR VP EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Para comprender cómo es que estos tipos de VP se presentaron en la conversación, a continuación, se presenta un ejemplo de cada uno de los casos citados por entidad analizada.

Tipos de VP en el Estado de México

- Daño moral. Publicado por GC, @wendy_sierra, asevera que hará fraude y que robaba (*Ilustración 1*). No se reconocen elementos de género para configurar un caso de VPMRG, pero si VP, además si se aplica la regla de la inversión⁴⁶, se comprueba que esta declaración también se ha realizado contra hombres aspirantes a un cargo (<https://goo.su/FtKTWU>).

ILUSTRACIÓN 1. EJEMPLO DE DAÑO MORAL Y DIFAMACIÓN EN RS DEL ESTADO DE MÉXICO



Fuente: Red social X

⁴⁶ Un ejercicio útil para identificar si se está incurriendo o no en estereotipos de género es invertir los roles o cambiar el género de la persona de la que se habla, es decir, cuando se hagan afirmaciones sobre una mujer, imaginar que se está hablando de un hombre para identificar si en efecto es un estereotipo de género el que lleva a hacer tal afirmación (INE, 2018).

- Ilegalidad. La publicación fue realizada por un medio informativo y enlaza una nota en la que se refuerza la acusación contra la candidata, señalándose que simuló entregas inmobiliarias con costos altos (*Ilustración 2*). En este caso tampoco se reconocen elementos de género y, como en el caso anterior, se trata de un hecho que puede afectar a cualquier persona (<https://goo.su/62dqysU>).

Tuit:

ILUSTRACIÓN 2. EJEMPLO DE ILEGALIDAD EN RS DE ESTADO DE MÉXICO



Fuente: Red social X

Nota informativa:

ILUSTRACIÓN 3 EJEMPLO DE ILEGALIDAD EN RS DEL ESTADO DE MÉXICO

En 2009, recién estrenada como presidenta municipal (2009-2012), Del Moral simuló operaciones que beneficiaron a la empresa Promoción y Desarrollos Urbi, cuyos propietarios son los hermanos Cuauhtémoc y Netzahualcōyotl Pérez Román. El 3 de diciembre de 2009, firmó el Acta de entrega-recepción del conjunto urbano de tipo medio denominado Urbi Hacienda Balboa, integrado por mil 49 viviendas.

Aunque se cumplió con las formalidades en el papel, no había obras. Esta simulación podría implicar un acto de corrupción que permitió que la empresa recuperara una fianza de manera indebida, pues no se cumplieron con las condiciones pactadas.

Fuente: Red Social X

A continuación, algunos ejemplos de Tipos de VP en Coahuila

- Violencia verbal. En respuesta a la publicación de Armando Guadiana sobre su propuesta “Si el PRI se va, Peso Pluma vendrá”, el GC @vilchisrf comenta “**Viejo ridículo! Tan pobres tus propuestas como tus ideas, acefalo (sic).**” (<https://goo.su/MJQp>)
- Daño moral. El GC publica “**#Mejia es PANista financiado por la maña para regresar a saltillo (sic) como en #Zacatecas y el viejo del sombrero #Guadiana, es solo un pobre payaso inútil que ya muy apenas anda. La regaron en Morena al poner a estos mediocres candidatos.**” (<https://goo.su/nexIF>)
- Ilegalidad. En una nota informativa compartida por la cuenta MVS Noticias se encontró “**Posterior al arranque de campaña, el PRI presentó una denuncia ante el Instituto Nacional Electoral (INE) para implementar medidas cautelares en contra del morenista, debido a la supuesta difusión de ‘propaganda calumniosa en un promocional de televisión’. Si la denuncia del PRI procede en contra de Armando Guadiana, este tendrá que comparecer en una audiencia de pruebas y alegatos dentro**

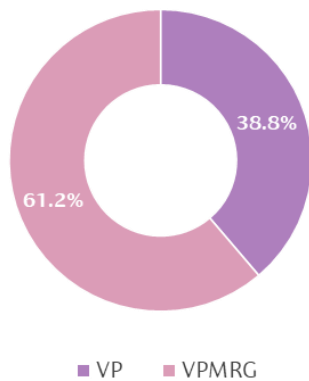
de las 48 horas posteriores a la admisión.”. (Tuit: <https://goo.su/VDAAnQem>; nota informativa: <https://goo.su/L0DY>).

VPMRG

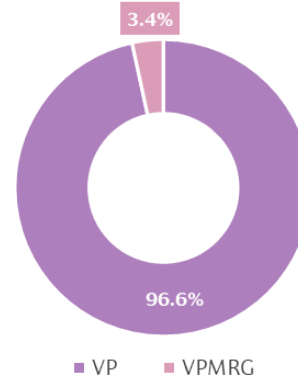
A la VP registrada en la conversación se sumó **la existencia de hechos que configuraron casos de VPMRG**, no solo porque las personas destinatarias fueran mujeres, sino porque en ellos **se reconocieron elementos de género**. Tales casos ayudan a **visibilizar los grandes problemas a los que se enfrentan las mujeres que participan en la política puesto que no solo se les violenta como a cualquier otro personaje inmerso en esta área, sino también se les afecta por ser mujeres**.

De acuerdo con la *gráfica 106*, **en el Estado de México es mayor la VPMRG registrada en la conversación (61.2%)**, en comparación con la VP (38.8%), mientras que, **en Coahuila (gráfica 107), en donde se esperaría la ausencia de VPMGRG, se identificaron 2 hechos (3.4%)** frente a la VP (96.6%) que prevaleció mayoritariamente.

GRÁFICA 106. CASOS DE VPMRG FRENTE A CASOS DE VP EN EL ESTADO DE MÉXICO



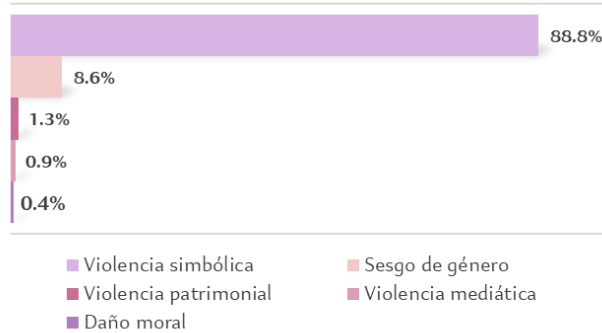
GRÁFICA 107. CASOS DE VPMRG FRENTE A CASOS DE VP EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al interior de las publicaciones se identificaron cinco tipos de violencia que vulneraron los derechos político-electorales de las candidatas y funcionarias o en ejercicio de un cargo: simbólica, mediática, daño moral, sesgos de género y violencia patrimonial. **Durante la campaña electoral de Coahuila se presentaron dos hechos de violencia simbólica (3.4%)**, mientras que, **en el Estado de México esta fue preponderante (88.8%)**, seguida por los sesgos de género (8.6%), en menor proporción se presentó la violencia patrimonial (1.3%), la violencia mediática (0.9%) y el daño moral (0.4%), tal y como se puede observar en la *gráfica 108*.

GRÁFICA 108. TIPO DE VPMRG EN EL ESTADO DE MÉXICO



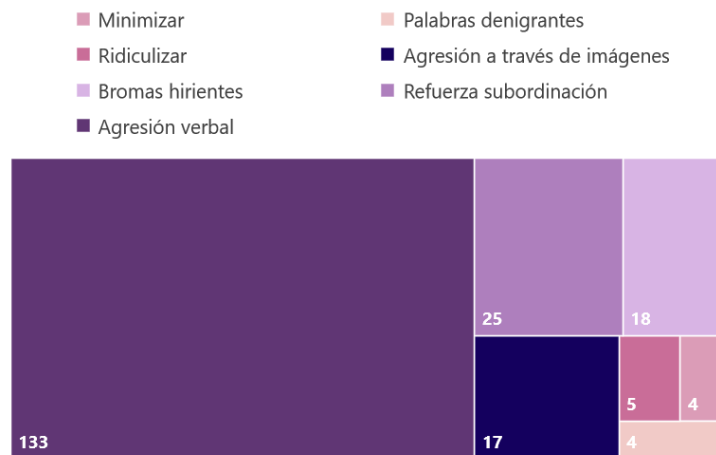
Elaboración CNCS, noviembre 2023

Nombrar lo invisible: violencia simbólica

El uso de redes sociales ha propiciado que la violencia contra ciertos grupos de personas se manifieste con nuevas herramientas al mismo tiempo que se excusa con la libertad de expresión. La falta de regulación en estos espacios digitales propicia que violencias invisibles -como la simbólica o que discursos de odio disfrazados de críticas- vayan en aumento y se normalicen.

La violencia simbólica predomina en los espacios digitales, difícilmente reconocida porque se trata de un discurso naturalizado y repetido en el que la relación hombre-mujer es necesaria para explicar constructos sociales. Tan solo **en el Estado de México, la violencia simbólica se manifestó de 7 maneras diferentes: a través de agresiones verbales (133 registros), subordinación (25 registros), bromas hirientes (18 registros), agresión con imágenes (17 registros), ridiculizaciones (5 registros), minimizaciones (4 registros) y palabras denigrantes (4 registros)**. Se destaca la importancia de no continuar la reproducción de violencia simbólica dentro del Proceso Electoral en la red X.

GRÁFICA 109. NÚMERO DE HECHOS DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En Coahuila se reconocieron 2 tipos de VPMRG: agresión verbal y referencias de subordinación (Ilustración 3).

- Agresión verbal. La publicación analizada corresponde a la realizada por el GC @ETorrallva, quien respondió a la entonces jefa de gobierno -Claudia Sheinbaum- con un insulto que, aunque no limita o anula sus derechos político-electorales, sí le violenta porque la menoscaba; aunque se trata de una expresión que también puede dirigirse a un hombre, esta no tiene el mismo impacto considerando un contexto donde a las mujeres se les cuestiona regularmente su presencia en la política. (<https://goo.su/EzEhGl>).

ILUSTRACIÓN 4. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA – AGRESIÓN VERBAL



Fuente: Red social X

A continuación, se presentan **los hechos de violencia** más representativos **que muestran la forma como se han apoyado de las nuevas tecnologías y plataformas para atacar a las mujeres en contienda** y con ello, **enviar un claro mensaje a todas ellas: no aceptar su participación y obligarlas a permanecer subyugadas a la existencia masculina**. La violencia es usada para “mantener a las mujeres en su lugar, limitar sus oportunidades de vivir, aprender, trabajar y cuidar como seres humanos completos, obstaculizar sus capacidades para organizarse y reclamar sus derechos” (O`Coronell, 1993, p. iii)

1. Subordinación

Esta manifestación de la **violencia simbólica se registró en un caso de VPMRG identificado en la conversación de Coahuila** contra la candidata a la gubernatura del Estado de México Delfina Gómez. A continuación, se expone el análisis del caso:

La publicación realizada por @THEOLDCHINESE_ **afecta** directamente a Delfina Gómez **en dos ocasiones (ilustración 4)**. La **primera con un hecho de VP clasificado como daño moral por**

difamación -aunque en la candidata pesa un historial relacionado con “aportaciones voluntarias”, el caso ya se resolvió sin que ella fuera sancionada, por lo que continuar el discurso en su contra pese al esclarecimiento, se considera un daño a su integridad-. **La segunda, con expresiones en su contra que contienen un sesgo de género**, al nombrársele “la hija pródiga” en una alusión directa a Andrés Manuel López Obrador; el resto de la oración “recibe beso y caricia de ‘good girl’” alude a que la candidata solo recibe órdenes y actúa (<https://goo.su/GHnzUbS>).

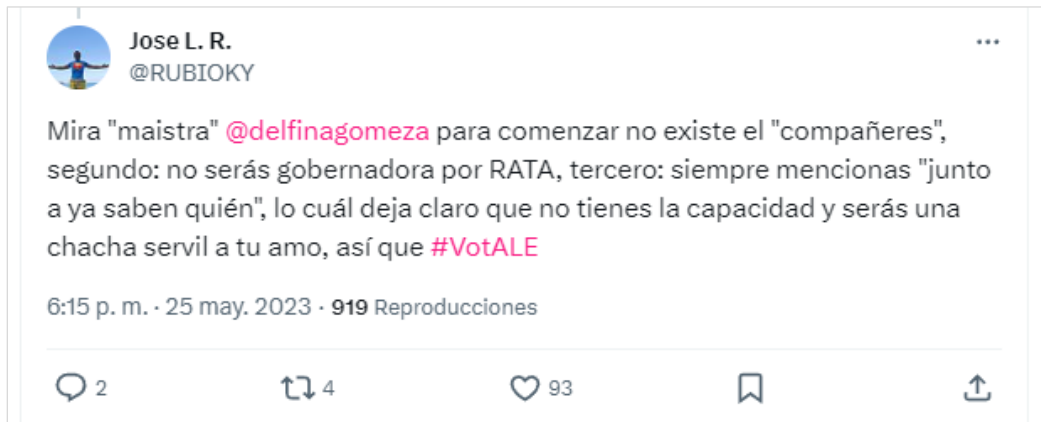
ILUSTRACIÓN 5. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN COAHUILA – REFUERZA SUBORDINACIÓN



Fuente: Red social X

La subordinación en el Estado de México (25 RS) reforzó las ideas de que las candidatas obtuvieron el registro gracias a una figura política masculina y que, de llegar al poder, solo servirían a los intereses de estos. Un ejemplo de ello es el siguiente RS -ilustración 5- publicado por @RUBIOKY con mención a Delfina Gómez, subordinándola y minimizándola cuando le dice: “junto a ya sabes quién”, “no tienes capacidad” y “chacha servil a tu amo” (<https://goo.su/ip0Ss>):

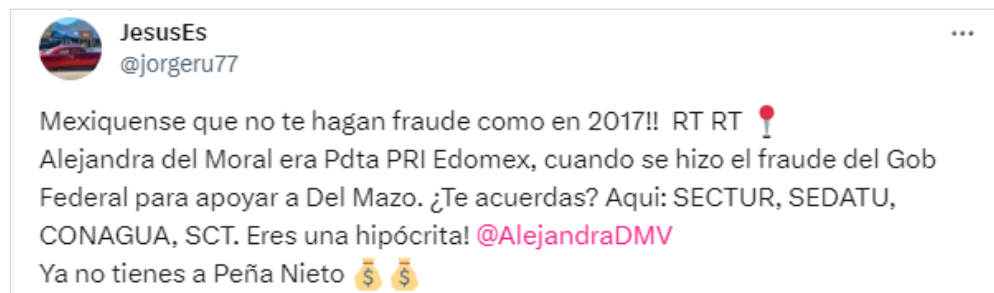
ILUSTRACIÓN 6. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA 1 EL ESTADO DE MÉXICO – REFUERZA SUBORDINACIÓN



Fuente: Red social X

Otro caso publicado por @jorgeru77 (ilustración 6), en el que Alejandra Del Moral es la persona afectada y a quien se le vincula con el expresidente Enrique Peña Nieto. Las palabras utilizadas para subordinarla a una figura masculina, como: "ya no tienes a Peña Nieto". (<https://goo.su/wWrrw>).

ILUSTRACIÓN 7. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA 2 EN EL ESTADO DE MÉXICO – REFUERZA SUBORDINACIÓN



Fuente: Red social X

En ambos casos **existe una constante: se les violenta no solo en razón de género -al reforzar una subordinación de las candidatas a figuras masculinas relevantes-, sino también acusándolas de fraude o robo**, situación que confirma que **son ellas quienes se enfrentan o atraviesan múltiples violencias cuando participan en el ámbito político. Determinado que las violencias coexisten, son estructurales y pueden afectar a las mujeres candidatas o funcionarias.**

2. Agresión a través de imágenes

Otra expresión de la violencia simbólica fue la **agresión a través de imágenes, las cuales aprovecharon la creciente popularidad del uso de la Inteligencia Artificial (AI por sus siglas en inglés), para potencializar el daño. El anonimato y la inmediatez con la que se propaga un mensaje en internet influyen para que la violencia simbólica se reproduzca sin consecuencias para quienes la perpetran** y la generación de imágenes o videos son un resultado de ello.

Esta manifestación de **violencia simbólica se presentó en 17 ocasiones entre los que destacó la publicación de archivos *deepfake***, que son imágenes, videos y audios manipulados por IA, para perjudicar la imagen de las candidatas. En este escenario, **el caso más recurrente fue la divulgación de una imagen generada con IA donde se personificó a un animal con las características físicas de una candidata a la gubernatura**. Algo que pudiera ser gracioso o contundente para quien genera estos contenidos, que no solo vulnera los derechos político-electorales de alguien, sino también le deshumaniza.

Un ejemplo de ello son los casos registrados contra Delfina Gómez que, de los 17 casos de violencia simbólica a través de imágenes, 7 la compartieron y 1 más la utilizó para generar un video donde esta *canta "una maestrita que le gusta el varo a los mexiquenses viene a robar"* [Publicado por @MANDIBULIN14, <https://goo.su/8XW8qFz> (Ver ilustración 7).

En este ejemplo no solo se observa como **quien agrede utiliza nuevas herramientas en el espacio digital, sino también refuerza el hecho con un copy donde asume que la candidata comete actos ilícitos y trabajará para Andrés Manuel López Obrador**, a quien supone una subordinación también.

ILUSTRACIÓN 8. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ESTADO DE MÉXICO – AGRESIÓN A TRAVÉS DE IMÁGENES



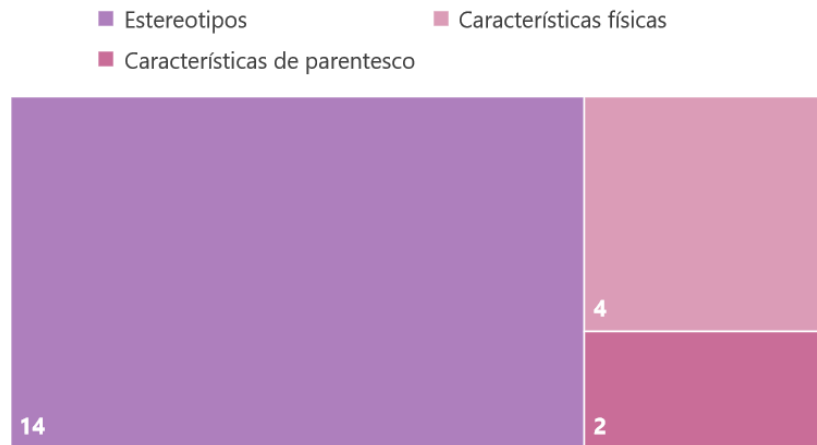
Fuente: Red social X

Con este tipo de violencia se observa cómo es que las candidatas tienen que convivir en campaña no solo con comentarios y ataques de opositores, sino también lidiar con la violencia en redes sociales generada por personas o *bots* que **las atacan y ponen en desventaja de múltiples maneras con una sola publicación.**

3. Sesgos de género

Del total de **RS considerados con presencia de VPMRG, se identificaron 20 casos que expresaron algún sesgo de género: 14 con estereotipos donde se cuestionaba la capacidad o “talante” de las candidatas para ser gobernadoras, 4 aludieron a su físico y en 2 ocasiones se refirieron a las mujeres apuntando una relación de parentesco con algún hombre (gráfica 110).**

GRÁFICA 110. NÚMERO DE HECHOS DE VIOLENCIA SIMBÓLICA A TRAVÉS DE SESGOS DE GÉNERO EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Toda VPMRG contiene sesgos de género, pero en estos casos se reconocen más fácil con la regla de la inversión: ¿esto se dice también de un hombre? Si la respuesta es no, se ha detectado. A continuación, algunos ejemplos:

1. **“Lo malo es que lo estás haciendo por interés y no por convicción. [...] No sirves para gobernadora”.** Exclama el tuit publicado por @ElJimmy_James a la entonces candidata Delfina Gómez (ilustración 8). La publicación refuerza **el estereotipo sobre las mujeres de “ser interesadas”** y la demanda máxima a la que se enfrentan las mujeres cuando ocupan espacios a los que **“no pertenecen”**, además de tener que **demostrar su capacidad para ejercer un cargo.** - <https://goo.su/aTP4DYd>

ILUSTRACIÓN 9. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ESTADO DE MÉXICO - ESTEREOTIPOS



Fuente: Red social X

2. En el siguiente caso, la cuenta @coloniasdezapop **ofende a la candidata Alejandra Del Moral aludiendo a su apariencia física (ilustración 9)** porque desde su concepción se espera que las mujeres sean hermosas y femeninas (<https://goo.su/gJ2Jz>).

ILUSTRACIÓN 10. CASO DE VIOLENCIA SIMBÓLICA EN EL ESTADO DE MÉXICO – ESTEREOTIPOS



Fuente: Red social X

En estos ejemplos de VPMRG, se reconoce cómo convergen múltiples violencias en un solo ataque.

Violencia mediática

Otras manifestaciones de **la VPMRG fueron** ataques de violencia patrimonial a través del **retiro de materiales de campaña (3 RS)**; violencia mediática con uso de **estereotipos sexistas (2 RS)** y daño moral a través de **difamación (1 RS)**, pero, a diferencia de los registros ejemplificados en VP, este caso contuvo un elemento de género. En el caso de **la violencia mediática**, se pudo observar cómo **las cuentas de medios de comunicación usan sus plataformas digitales para continuar la reproducción de violencias**, con o sin intención, **hacia las candidatas**. A continuación, una breve descripción del registro clasificado como tal (*gráfica 111*).

GRÁFICA 111. OTRAS MANIFESTACIONES DE VPMRG EN EL ESTADO DE MÉXICO

■ Daño moral ■ Violencia mediática ■ Violencia patrimonial



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En un tuit publicado por @QueImportaTV (<https://goo.su/QcUPZow>), cuenta oficial del programa de televisión con mismo nombre y que en su sitio web se define como un espacio que “ofrecerá las mejores noticias del día de una manera divertida que llevará a la audiencia a terminar el día feliz y bien informado”⁴⁷, se comparte un **clip donde se registraron tres hechos de violencia contra las candidatas a la gubernatura**, dos de ellos clasificados como VPMRG por contener estereotipos y uno como VP por dañar moralmente a una de ellas (*ilustración 10*).

En el clip, los titulares del programa presentan un video donde se ve a la candidata Alejandra Del Moral en un evento de campaña y llama a sus simpatizantes a “emplear todos sus recursos, por las buenas y por las malas”. En el segundo 48 del clip Eduardo Videgaray menciona: “*Alejandra es una mujer fuerte e independiente, de esas que no dejan que nada tan irrelevante como la Constitución se interponga entre ella y sus sueños, de ser gobernadora*”. Luego, en el minuto 1:13 menciona: “*También les pidió que no importa cuántos pispiotes tengan que succionar, que ella quiere ser gobernadora. Que hagan lo que tengan que hacer.*” **Tales declaraciones contienen estereotipos sexistas contra la candidata, a quien presentan con un tono irónico como una mujer caprichosa por querer, incluso, faltar a la Constitución con tal de ser gobernadora.**

Por otra parte, el segundo titular de este programa, José Ramón San Cristóbal también se refiere a la candidata en el minuto 1:20: “*De hecho, ya cambiaron el slogan de su campaña 'si no votas por mí, chi***s a tu ***a ma***'.*”

En ambos casos se podría justificar un ejercicio de libertad de expresión realizado por dos periodistas en un programa de sátira; no obstante, **estos aun incurren en hechos de VPMRG** no solo por **presentar a la candidata con una connotación negativa**, sino también **por ridiculizarla al**

⁴⁷ [¡Qué importa! | Imagen Televisión \(imagentv.com\)](https://www.imagentv.com)

burlarse de su slogan de campaña. En un país donde a las mujeres no se les toma en serio en la política, que algunos medios utilicen sus espacios para reforzar este machismo también se considera violencia.

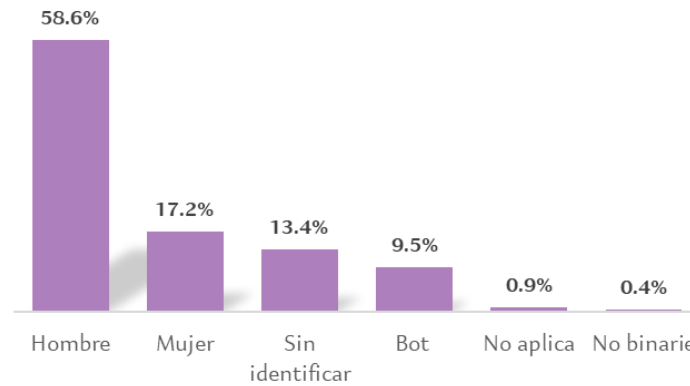
ILUSTRACIÓN 11. CASO DE VPMRG EN EL ESTADO DE MÉXICO – VIOLENCIA MEDIÁTICA



Fuente: Red social X

Así como la conversación estuvo dominada por los hombres, los RS identificados como VPMRG también fueron generados en su mayoría por ellos (58.6%), aunque cuentas identificadas como mujeres también reprodujeron este fenómeno (17.2%); se detectaron publicaciones en las que no se pudo identificar el género de quien ejercía violencia (13.4%). Destaca que la única persona no binaria que participó en la conversación también ejerció violencia contra alguna de las candidatas (0.4%), para mayor precisión ver *gráfica 112*.

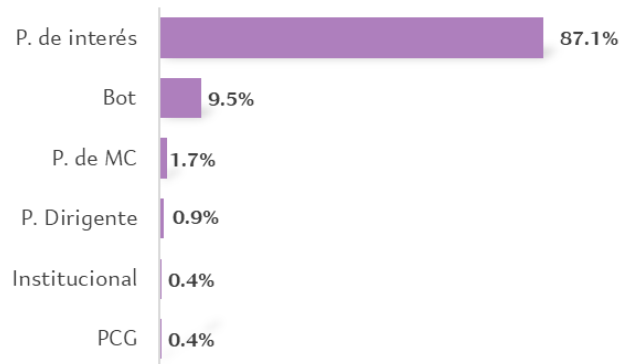
GRÁFICA 112. GÉNERO DE QUIENES COMETIERON VPMRG EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Sobre el cargo que ejercen las personas que agredieron a alguna candidata y que configuraron un caso de VPMRG (gráfica 113), las personas de interés se posicionaron en primer lugar (87.1%), seguidas por las cuentas *bot* (9.5%); existieron otras cuentas poco representativas que también ejercieron este tipo de violencia como las de persona de MC⁴⁸ (1.7%), personas dirigentes (0.9%), instituciones (0.4%) y personas candidatas a la gubernatura (0.4%). **Se recomienda reforzar entre las candidatas el reconocimiento de los mecanismos de prevención, atención y seguimiento de casos de VPMRG.**

GRÁFICA 113. CARGO DE QUIENES COMETIERON VPMRG EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al ser tan sutil la violencia simbólica en el contexto político suele considerarse como una exageración de las víctimas, minimizando bajo este argumento lo delicado de la situación. La falta de regulación de espacios digitales y usar como escudo la libertad de expresión dificulta que estos hechos se persigan o sancionen, facilitando su creación y propagación.

⁴⁸ Hace referencia a una persona de Medios de Comunicación que escribe el registro en medios de comunicación o redes sociales.

Cuando en una elección la competencia es entre mujeres, se asume que existirá VPMRG contra ellas, idea que refleja lo naturalizado y mal comprendido que está este fenómeno en la sociedad, porque se asume que solo por ser mujeres serán violentadas. **Ser candidata o funcionaria política, evidencia el peligro y afectaciones que sufren las mujeres solo por existir y resistir en espacios que también les pertenecen**, haciéndolas ver y sentir como ajenas a la sociedad patriarcal.

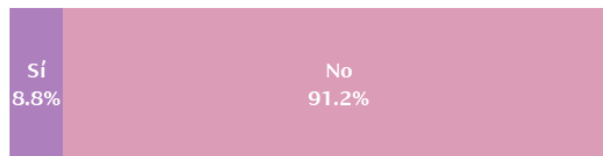
En el estado de Coahuila se detectó VPMRG hacia Delfina Gómez y Claudia Sheinbaum. Ambas situaciones deben ser un llamado urgente **para que quienes participen en vida política del país asuman responsabilidades para combatir esta problemática y propicien espacios seguros para la participación política de las mujeres.**

Críticas

Contrario a la existencia de RS con violencia hacia las personas candidatas hubo **publicaciones que, sin apelar a estereotipos de género o incurrir en daños a la moral, evidenciaron su descontento o reclamaron incumplimientos a las personas candidatas sobre su actuar en administraciones anteriores u otros cargos donde se desempeñaron.** Estos ejemplos de un buen ejercicio de la libertad de expresión **se clasificaron como críticas.**

En la conversación del Estado de México de acuerdo con la gráfica 114 se identificaron críticas hacia las candidatas (8.8%) que no contuvieron sesgos de género o vulneraron sus derechos político-electorales. Ejemplo de una cultura política democrática que es necesario seguir fortaleciendo. la cual se caracteriza por ser respetuosa con los derechos de las mujeres, donde la ciudadanía se involucra en la toma de decisiones, califica y exige a sus gobernantes el cumplimiento de sus promesas de campaña.

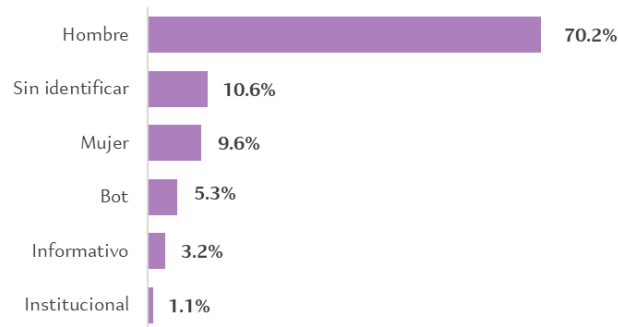
GRÁFICA 114. RS CON CRÍTICA EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

De 93 RS con críticas detectadas en el monitoreo, uno de ellos refirió a ambas candidatas, **contabilizándose un total 94 críticas (gráfica 115), de las cuales, la mayoría fueron realizadas por hombres (70.2%),** seguidas por la no identificación de quién generó el registro (10.6%) y, finalmente, las hechas por mujeres (9.6%).

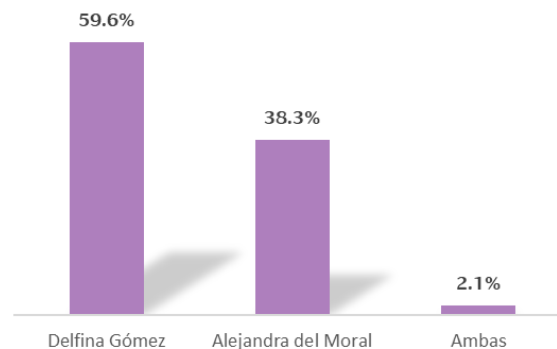
GRÁFICA 115. GÉNERO DE QUIENES REALIZARON UNA CRÍTICA EN EL ESTADO DE MÉXICO



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Al ser la candidata **Delfina de quien más se habló en la red social X**, se deduce que por proporcionalidad fue la más criticada (gráfica 116). De un total de 94 críticas, la gran mayoría le tuvieron como destinataria (59.6%), seguida por Alejandra Del Moral (38.3%), en relación con los RS en donde las criticaban a ambas fueron poco representativos (2.1%).

GRÁFICA 116. ¿A QUIÉNES SE CRITICÓ EN EL ESTADO DE MÉXICO?



Elaboración CNCS, noviembre 2023

A continuación, se expone un ejemplo donde se hace una crítica para ambas candidatas:

“@delfinagomez @AlejandraDMV algún compromiso de parte de las candidatas al gobierno del Estado de México para que esto que es costumbre todos los días deje de serlo? Y la solución no es dar becas ni apoyos es castigo ejemplar al que cometa estos delitos”, publicado por @JoseJesusFerna8 en <https://goo.su/OfoNfM4>.

Ejemplo donde se hace una crítica a Delfina Gómez:

“Beneficiando únicamente a las mujeres? No veo propuestas específicas par (sic) apoyar a los hombres, pagar impuestos todos y solo beneficiar a algunos #DebateEdomex”, publicado por @Lievfake en respuesta a una propuesta publicada por la candidata. - <https://goo.su/IORswx>

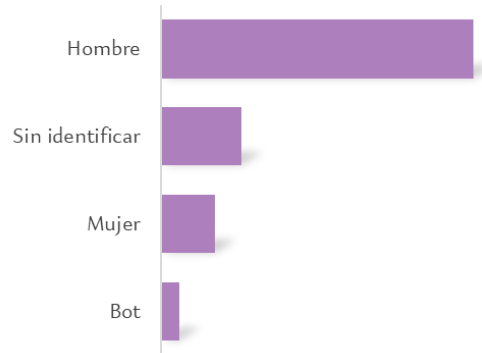
En esta publicación, además **se percibe una renuencia a las mujeres en general, reclamando su “derecho histórico por ser hombre”**.

Ejemplo donde se hace una crítica a Alejandra Del Moral:

“La cuestión no son las propuestas, es que no las cumplen y se nota que son ocurrencias y lugares comunes.”, publicado por @Alezn14G en <https://goo.su/sJMRfQ> como respuesta a publicación a la candidata sobre su participación en el 2º debate.

En Coahuila de 381 RS analizados se identificaron 52 críticas, distribuidas en 51 registros (13.4%). En concordancia con quienes imperaron la conversación total en campañas electorales (*gráfica 117*), **quienes emitieron más críticas fueron hombres (67.3%)**, seguido por cuentas donde no se identificó el género (17.3%), mujeres (15.3%) y, por último, *bots* (3.8%).

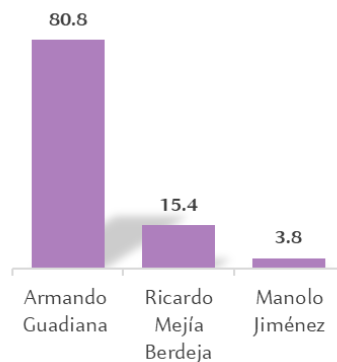
GRÁFICA 117. GÉNERO DE QUIENES REALIZARON UNA CRÍTICA EN COAHUILA



Elaboración CNCS, noviembre 2023

En proporción al número de veces que fue mencionado Armando Guadiana (*gráfica 118*) también fue el más criticado (81%), seguido por Ricardo Mejía Berdeja (15%) y, finalmente, Manolo Jiménez (4%).

GRÁFICA 118. ¿A QUIÉNES SE CRITICÓ EN COAHUILA?



Elaboración CNCS, noviembre 2023

Entre las críticas registradas hacia estos candidatos se encuentran:

- Armando Guadiana. *“La deuda del estado, la corrupción, el abuso policial, la depresión y salud mental en un estado que concentra la tasa de suicidios más alta del país son solo algunos de **los temas que Guadiana ni siquiera toca**. Perdón (sic) pero no esperen que la gente vote por consigna 🗳️”*. Publicado por KamaleonconK (@KamaleonconK_MX) - <https://goo.su/kEU4>
- Ricardo Mejía Berdeja. *“En Coahuila suma q el voto pro-4T se dividió en beneficio del narcopriandmc. El ambicioso de Mejía, perdedor en la encuesta interna, a diferencia de Horacio e Higinio q se unieron a Delfina en EdoMex, se fue por el PT para debilitar la coalición en lugar de apoyar a Guadiana.”* Publicado por Miguel Aguilar (@MiguelA10553933) - <https://goo.su/xvKXzIC>
- Manolo Jiménez. En una nota compartida por El Siglo de Torreón - <https://goo.su/XqKXq2>- Armando Guadiana se expresa sobre Manolo Jiménez: *“Aquí en Coahuila tenemos 20 años prácticamente del clímax de corrupción, este peñanietito que está de candidato del PRI es hechura de Humberto Moreira, son hechuras de lo mismo, representan lo mismo...Por el bien de Coahuila queremos que se establezca la ética, la moral, la transparencia, el buen gobierno”*. – Nota: <https://goo.su/r9UmvWX>

Al igual que en medios convencionales, pero **en mucho mayor medida los hombres dominaron en la conversación (66.7%) en redes sociales durante el PEL 2022-2023**, mientras que las mujeres (20.2%) opinaron en menor medida sobre la elección del Estado de México (20.6%) y Coahuila (19.2%).

El sentimiento, visto como un indicador del clima político, **que predominó fue negativo en poco más del 50% de las publicaciones que se realizaron** en torno de la conversación que se llevó a cabo en ambos estados.

En el Estado de México, donde solo participaron mujeres como candidatas, **se les violentó políticamente en 35% de las publicaciones**; en tanto que, en el caso de Coahuila, donde solo fueron hombres, dicha violencia representó el 14.4%.

Por su parte, **la VPMRG, en el caso de Estado de México se visualizó en el 61.2% de los registros con violencia (55 RP con violencia)**, donde la violencia simbólica fue la forma más frecuente de vulnerar a las candidatas por medio de insultos verbales y subordinación. En relación con su participación, **fueron los hombres quienes más violentaron a las personas candidatas**.

Otro importante hallazgo, fue **la presencia de VPMRG en Coahuila, donde a pesar de solo haber hombres en la contienda, se localizaron 3.4% de registros donde se violentó a mujeres en razón de género**, las cuales ejercen funciones dentro de la política y al tener vínculos partidistas con los candidatos que contendieron por esta gubernatura, recibieron ataques dentro de las publicaciones realizadas por estos.

Finalmente, es un hecho que **la violencia digital evoluciona con la generación de nuevas herramientas, como la Inteligencia artificial**, y crea nuevas expresiones violentas y discriminatorias contra las mujeres, tal y como se expuso en los casos en donde se violentó a la candidata Delfina Gómez en el Estado de México.

Capítulo 3. Uso de las redes sociales por candidatura

Las redes sociales se han convertido en una herramienta esencial para que diversas figuras políticas consigan acercarse e interactuar con la ciudadanía. Twitter, actualmente X, es un ejemplo de ello porque es el principal canal donde se permite el debate e intercambio de ideas entre electorado y actores políticos.

Durante los procesos electorales, en este espacio de debate la violencia impacta a las candidaturas, sobre todo en periodo de campaña, cuando la actividad política incrementa y quienes contienden a diversos cargos de elección popular promueven tanto sus discursos y promesas hacia la ciudadanía. Además, las personas candidatas han utilizado las redes sociales como una herramienta para atacar a sus adversarios políticos con el fin de garantizar su triunfo en las elecciones, así como evidenciar hechos de violencia.

Así, denunciar, acusar, promover sus discursos o propuestas de campaña y atraer el voto son algunos de los propósitos que las candidaturas buscan con el uso de redes sociales. Al respecto, este capítulo -presentado por primera vez como una propuesta de análisis de la CNCS- busca **identificar los tipos de mensajes que las candidaturas a las gubernaturas en juego, durante el PEL 2022-2023, realizaron en X y con ello revelar posibles diferencias o similitudes entre el uso que dan las mujeres candidatas a las redes sociales frente al uso dado por los candidatos.**

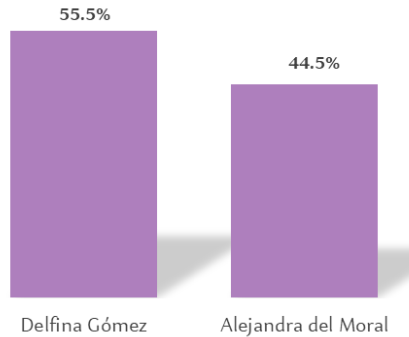
Para cumplir con el objetivo de este capítulo, se realizó un monitoreo en campaña electoral de la cronología (*timeline*) de las candidaturas a gubernaturas en X; derivado de ello se obtuvieron 3,576 publicaciones realizadas por las y los candidatos. Las cuales se organizaron por entidad a fin de obtener bases específicas para cada estado y, a su vez, generar una muestra estratificada para este análisis. De esta forma se obtuvieron **310 publicaciones creadas por las candidatas del Estado de México y 318 tuits emitidos por los candidatos de Coahuila**, mismos que arrojaron los siguientes resultados⁴⁹.

Presencia en X

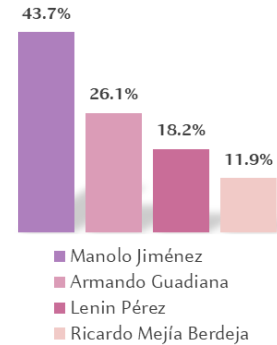
Delfina Gómez fue la candidata más activa en la red social durante la campaña electoral con un 55.5% de publicaciones frente a las 45.5% realizadas por su contrincante Alejandra Del Moral (*gráfica 119*). En tanto, **Manolo Jiménez en Coahuila se posicionó como el más participe en X con 43.7% de tuits** y quien menos la utilizó fue Ricardo Mejía Berdeja con 11.9% (*gráfica 120*).

⁴⁹ Para conocer las cuentas que se monitorearon, así como tener un mejor entendimiento sobre las categorías analizadas en este capítulo se recomienda revisar la metodología implementada y expuesta en el Anexo 2.

GRÁFICA 119. ¿QUIÉN USÓ MÁS X EN MÉXICO?



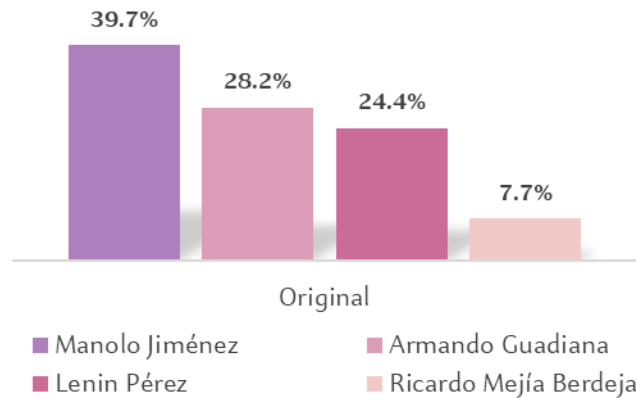
GRÁFICA 120. ¿QUIÉN USÓ MÁS X EN COAHUILA?



Elaboración CNCS, diciembre 2023

En cuanto a la actividad que registraron en X las candidaturas, se identificaron tres principales acciones que definieron su presencia en la red social: 1) retuitear publicaciones de interés, 2) responder a ciudadanía y 3) comenzar la conversación mediante una publicación original. Al respecto (*gráfica 121*), **Manolo Jiménez fue quien más contenidos originales posteó (39.7%)**, seguido de Armando Guadiana (28.2%), Lenin Pérez (24.4%) y, finalmente, Ricardo Mejía Berdeja (7.7%). En promedio las publicaciones originales por candidato fueron de 25%.

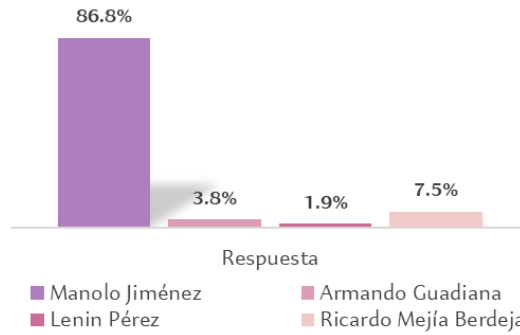
GRÁFICA 121. PUBLICACIONES ORIGINALES CREADAS POR LOS CANDIDATOS



Elaboración CNCS, diciembre 2023

De acuerdo con la *gráfica 122*, **Manolo Jiménez, además de publicar más contenidos originales, también fue quien más interactuó con personas usuarias de la red social X a través de respuesta directas (86.8%)**. En contraste, Ricardo Mejía Berdeja pese a ser quien usó menos la red social X, fue el segundo candidato que más interactuó con la comunidad (7.5%) y quien menos lo hizo fue Lenin Pérez (1.9%). Por lo que los candidatos, en promedio respondieron dentro de sus mismas publicaciones en un 25%.

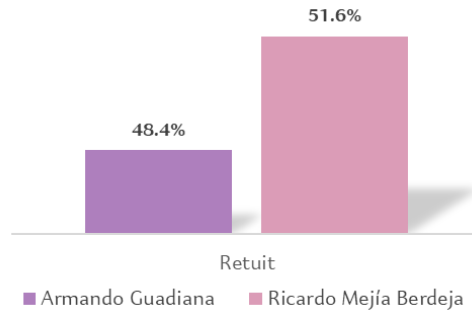
GRÁFICA 122. RESPUESTAS DE CANDIDATOS EN X



Elaboración CNCS, diciembre 2023

La última forma de interacción de los candidatos en la red social X (*gráfica 123*) fue a través del **retuit**, misma que **solo fue utilizada por Ricardo Mejía Berdeja (51.6%)** y Armando Guadiana (48.4%); de esta forma, ambos retuitearon en promedio un 50% de publicaciones.

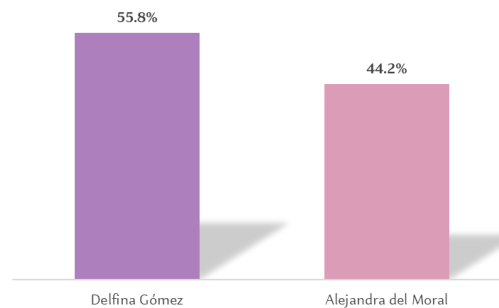
GRÁFICA 123. RETUITS DE CANDIDATOS EN X



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Respecto al Estado de México, se identificaron dos tipos de interacción de las candidatas con personas usuarias de la red: publicaciones originales y retuits (*gráfica 124*). **De los 310 RS analizados para la entidad, Delfina Gómez realizó el mayor número de publicaciones originales en X (55.8%)** en comparación con las realizadas por Alejandra Del Moral (44.2%). No obstante, **solo Alejandra Del Moral retuiteó contenido en dos ocasiones (0.64%)**.

GRÁFICA 124. PUBLICACIONES ORIGINALES CREADAS POR LAS CANDIDATAS



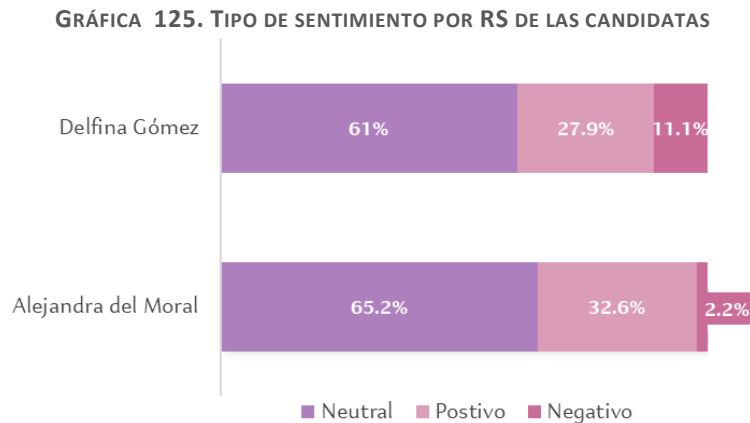
Elaboración CNCS, diciembre 2023

Entre ambas generaron en promedio 50% de publicaciones originales, **lo que destaca su estrategia de transmitir a la ciudadanía sus propuestas a través de las redes sociales en comparación con los candidatos que compitieron por la gubernatura de Coahuila.**

Sentimiento

Las publicaciones de las candidaturas también expresaron un sentimiento a través de los emojis, palabras, *hashtags* y otros elementos gráficos o audiovisuales compartidos. Tal percepción se identificó de la misma manera que con los registros analizados en el Capítulo 1 de este informe sobre medios convencionales, así como en los correspondientes al Capítulo 2 sobre la red social X.

En el Estado de México, prevaleció el sentimiento neutral en las publicaciones de ambas candidatas a la gubernatura, es decir, el contenido compartido no realizó juicios de valor o críticas hacia alguien o algún partido político (Alejandra Del Moral:65.2%, Delfina Gómez: 61%). **En tanto, las publicaciones con sentimiento positivo y negativo contrastaron entre ambas: Alejandra Del Moral realizó más tuits positivos (32.6%),** mientras que **Delfina Gómez superó en RS negativos a la priista (11.1%),** tal y como se observa en la siguiente gráfica:



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Estos son algunos ejemplos de las publicaciones realizadas por las candidatas por tipo de sentimiento:

Alejandra Del Moral

- **Positivo.** *¡La fuerza y el talento de las y los jóvenes se hizo presente en #Cuautitlán! Quiero que todas y todos ustedes tengan las facilidades para tener su casa. Con #ViviendaJoven los vamos a poyar para hacerlo realidad. #AleGobernadora #UnirEsResolver #VotALE <https://t.co/KjfODRpFmd>*
- **Negativo.** *A nosotros sí nos importan las familias. Vamos a crecer el Salario Rosa en #SalarioFamiliar, crearemos el #SeguroDeDesempleo y el #SeguroPopularMexiquense, recuperaremos las escuelas de tiempo completo y las estancias infantiles. #AleGobernadora #VotALE #ComparaYElige <https://t.co/ajZLsp1JXs>*

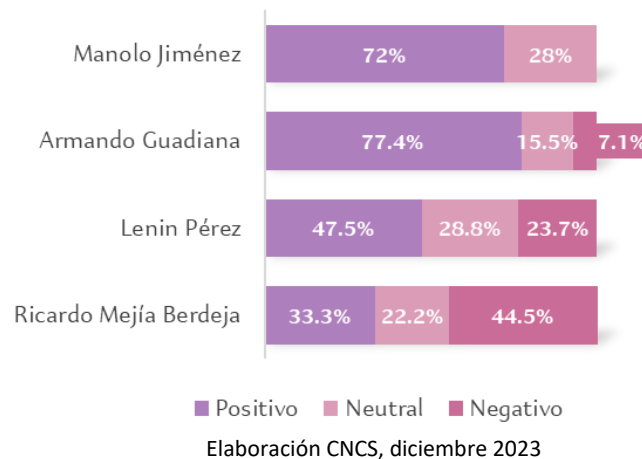
Delfina Gómez

- **Positivo.** *Porque en la educación está la clave del cambio, en mi gobierno instruiré la creación de un nuevo espacio educativo público de nivel superior, para que las, los y les jóvenes #mexiquenses puedan prepararse para el futuro. ¡La juventud es el motor del cambio, esta lucha va por...*
<https://t.co/WjZrzFk860>
- **Negativo.** *El tortuoso camino, que durante casi 100 años hemos recorrido por culpa de los malos gobiernos del PRI, está por terminar, para que empecemos a caminar por la senda de la esperanza. Este 4 de junio, con tu voto, comenzará una historia brillante y sin precedentes para nuestra...*
<https://t.co/zyrxEBE3Jq>

En cuanto a sentimiento de las publicaciones de los candidatos en Coahuila se observó lo siguiente (gráfica 126):

- **Manolo Jiménez no emitió publicaciones con sentimiento negativo**, y el 72% de las publicaciones de su cuenta fueron positivas.
- **Armando Guadiana sí emitió tuits con sentimiento negativo en 7.1% de sus publicaciones**, pero pasan casi desapercibidos porque **fue quien emitió más contenidos positivos (77.4%)**, incluso que los emitidos por Manolo Jiménez.
- **Lenin Pérez dedicó 47.5% de sus publicaciones al sentimiento positivo y fue el que publicó más contenido neutral (28.8%).**
- **Ricardo Mejía Berdeja fue el candidato que más RS negativos publicó (44.5%)**, mientras la tercera parte de su participación en la red social X, durante campañas electorales -33.3%- fue con RS de sentimiento positivo.

GRÁFICA 126. TIPO DE SENTIMIENTO POR RS DE LOS CANDIDATOS



A continuación, se presentan algunos ejemplos de las publicaciones emitidas por los candidatos.

Manolo Jiménez

- Positivo: *“En unidad **vamos a construir grandes cosas** para #Coahuila. 🤝 #PaDelanteCoahuila”*
<https://qoo.su/mzTjxX6>
- Neutro: *“**Recorrido en la colonia** Loma Linda en #Saltillo. #PaDelanteCoahuila”* <https://qoo.su/REsJlll>

Armando Guadiana

- Positivo: *“Es un honor ser el representante de la Cuarta Transformación de “Ya Saben Quién” en #Coahuila. ¡Juntos traeremos el #CambioVerdadero! #Morena #4T #VotoMASIVOxMorena #GuadianaGobernador 🤗”* <https://goo.su/lzvQ>
- Negativo: *“Cómo no lo hicieron en 94 años, el pueblo ya NO les compra sus mentiras. ¡Ya se va el #PRIAN! #GuadianaGobernador 🤗 #Morena #4T* <https://goo.su/Uc1Gz>

Lenin Pérez

- Positivo: *“Muy emocionados de seguir caminando y recorriendo nuestro estado. ¡Coahuila, no te conformes con lo mínimo, con UDC #SíHayOtroCamino! 🤗”* <https://goo.su/73Ron>
- Negativo: *“Les dejo este video como anticipo a lo que va a suceder mañana en el debate, los tres candidatos de los malos gobiernos seguirán diciendo mentiras y nosotros seguiremos proponiendo cómo sacar a Coahuila en el hoyo donde lo tienen hundido. #SíHayOtroCamino 🤗”* <https://goo.su/WNSDB>

Ricardo Mejía Berdeja:

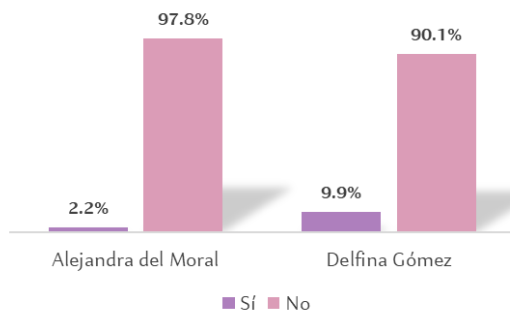
- Positivo: *“#Coahuila está de pie. Vamos a recuperar el gobierno para los ciudadanos. #TigreQueAlcanzaGana #VotaTigre #VotaPT”* <https://goo.su/cpdjEDv>
- Negativo: *“Aplaudidor de Peña 🤗”* <https://goo.su/e16T>

Este último ejemplo es una respuesta del candidato al usuario @Polemista4T y esta fue una de las maneras como los candidatos interactuaron con la comunidad de la red social X en campaña electoral.

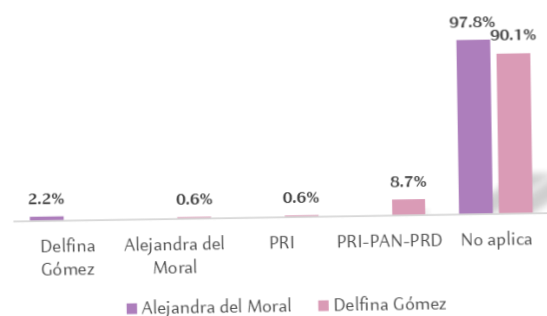
Críticas

Algunas de las publicaciones de las candidaturas con sentimiento negativo constituyeron críticas a personas adversarias y partidos políticos (gráfica 127). Del total de RS, el **9.9% de los tuits de Delfina Gómez fueron críticas que se dirigieron principalmente a la coalición PRI-PAN-PRD (9.9%)**; en contraparte, el **2.2% de los RS publicados por Alejandra Del Moral, contenían alguna crítica hacia su contrincante morenista o la fuerza política que representaba.**

GRÁFICA 127. RS CON CRÍTICA POR CANDIDATA



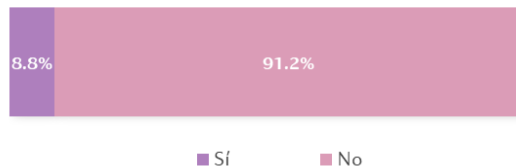
GRÁFICA 128. ¿A QUIÉN SE DIRIGEN LAS CRÍTICAS DE LAS CANDIDAS?



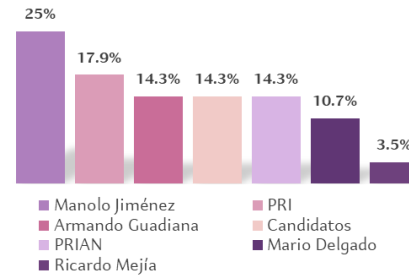
Elaboración CNCS, diciembre 2023

Los candidatos de Coahuila también usaron su red social para criticar a sus oponentes en un porcentaje bajo (*gráfica 129*), señalando sus acciones como funcionarios públicos o dentro de su carrera política (8.8%).

GRÁFICA 129. RS EN LOS QUE SE CRITICÓ A ALGÚN ADVERSARIO



GRÁFICA 130. PERSONAS O FUERZAS POLÍTICAS CRITICADAS



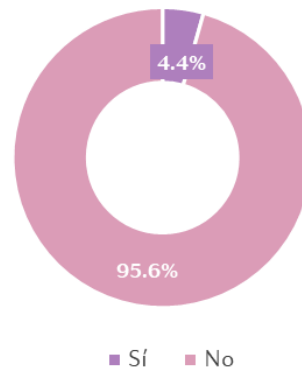
Elaboración CNCS, diciembre 2023

En la *gráfica 130* se presenta la proporción en la que los candidatos y partidos políticos se señalaron en estos RS. De acuerdo con la muestra analizada de Coahuila, **Manolo Jiménez fue quien recibió más críticas (25%)**, a través de tuits donde lanzaron algún comentario que buscaba mantenerlo en desventaja al encabezar las preferencias electorales; su partido político -el PRI- ocupó el segundo sitio (19.9%) y; en tercer lugar, el abanderado de Morena (14.3%).

Violencia

Por otra parte, también hubo casos donde criticar no fue suficiente y se recurrió a la violencia para afectar a las candidaturas. En este escenario, **de los 318 RS analizados de las candidaturas de Coahuila (gráfica 131) en 14 de ellos se evidenciaron hechos de violencia (4.4%)**. Tales registros fueron de tres tipos: 12 abordaron un hecho de ilegalidad, en uno se evidenció una acusación de violencia de género y, en el último, se cubrió un atentado contra mujeres que participaron en la contienda electoral del estado.

GRÁFICA 131. RS CON VIOLENCIA EN COAHUILA



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Atentado. Armando Guadiana utilizó la red social X para denunciar intimidaciones al equipo de campaña de la candidata a diputación local, Pily de Aguinaga. <https://goo.su/12ApA>

→ *“Todo el apoyo a nuestra candidata Pily de Aguinaga, A pesar de las intimidaciones no podrán detener la Transformación de #Coahuila.”*

A continuación, se adjunta la transcripción del video publicado:

→ *Tiene mucho miedo porque el pueblo de Coahuila ya abrió los ojos. Los va a mandar al basurero de la historia y van a votar por Morena, por el cambio verdadero. CANDIDATA AGREDIDA: Exactamente, no podemos permitir y no debemos justificar absolutamente ningún tipo de violencia. Vamos a salir a votar porque esto es inconcebible. Pudimos haber creado una tragedia con la gasolina que nos echaron. Vamos a atrevernos al cambio. Nos urge el cambio. No puede ser que hasta controlen a nuestra gente de esa manera, violentándola. Es ahora sí que absurdo y es lamentable. Vamos a animarnos al cambio con Morena. Voto masivo Morena. [En el segundo 20 del video aparece la evidencia de las agresiones].*

Violencia de género. Ricardo Mejía como parte de su estrategia de contra campaña posteo lo siguiente:

→ *“Ricardo Mejía respalda protestas de mujeres contra la violencia de género de Manolo Jiménez”*

Además, el candidato adjuntó un enlace a una nota informativa de donde se destaca lo siguiente:

Ricardo Mejía respalda protestas de mujeres contra la violencia de género de Manolo Jiménez [...] Protestan mujeres contra sexismo de Manolo Jiménez Salinas

Durante la protesta en contra de la violencia de género que se llevó a cabo en Coahuila, el contingente de mujeres expresó su descontento con el candidato del PRI-PAN-PRD, Manolo Jiménez Salinas.

“¡No somos una, no somos diez, pinche Manolo, cuéntanos bien!”, “Culito no es piropo, culito es acoso”, exclamaron en repudio a sus comentarios con el líder nacional del PRI, Alejandro Moreno, cuando el aspirante a la gubernatura cosificó y denigró a las mujeres rechazando las políticas de paridad de género.

De esta forma, también dieron a conocer las distintas violencias de género que han padecido, así como la impunidad que han experimentado por parte de las autoridades.

Las candidatas no estuvieron exentas de ejercer algún tipo de violencia hacia alguien más, o en su caso, denunciar algún hecho de violencia en su contra. Al respecto, **en el Estado de México solo se detectó una publicación que Alejandra Del Moral utilizó para agredir a Delfina Gómez con acusaciones por descontar una proporción de su salario a trabajadores de Texcoco durante su administración.**

ILUSTRACIÓN 12 EJEMPLO DE VIOLENCIA REGISTRADA EN *TIMELINE* DE CANDIDATA



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Uso de X

Criticar y violentar a contrincantes fueron algunos de los propósitos para los cuales las candidaturas usaron la red social en campaña, acciones que se pueden incluir en un solo fin: realizar contra campaña. Al respecto, la metodología propuesta para realizar este análisis define **seis objetivos particulares** a los que pertenecieron las publicaciones que integraron las muestras y **que se entendieron como las razones por las que candidaturas usaron X.**

El primero de ellos fue **difundir propaganda a través de la promoción de sus discursos y ofertas de campaña**; el segundo objetivo fue **realizar contra campaña**, donde las candidaturas aprovecharon la red social para criticar o atacar a sus oponentes; el tercero, **posicionamiento de imagen**, donde

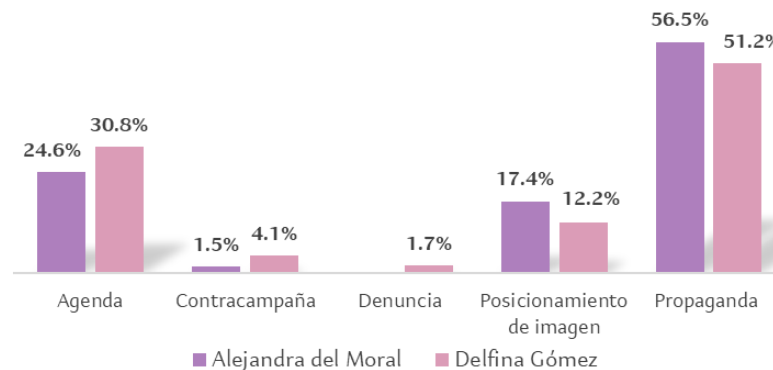
compartían publicaciones para generar simpatía en el electorado; **el cuarto** corresponde a **denunciar**, desde actos de violencia que les afectaron directamente o a otras personas involucradas en el proceso electoral; **quinto, interacción con la ciudadanía**, donde creaban una conversación directa con personas usuarias de la red social que les arrobaban; **y el último**, para **difundir su agenda**, tales como invitar a que siguieran su participación en eventos de campaña.

En el Estado de México, las candidatas solo usaron X con cinco objetivos: difundir su agenda política, realizar contra campaña, denunciar, posicionar su imagen y para hacer propaganda (gráfica 132). De esta forma, **hacer propaganda fue el de mayor prioridad en campañas, debido a que poco más de la mitad de los RS de las candidatas trataron sobre sus propuestas y discursos hacia la ciudadanía (Alejandra Del Moral 56.5%; Delfina Gómez: 51.2%).**

Otros usos que las candidatas dieron a X, de mayor a menor medida, fueron:

- **Promoción de agenda política.** Delfina Gómez dedicó el 30.8% de sus publicaciones y Alejandra Del Moral el 24.6%.
- **Posicionar su imagen.** Alejandra Del Moral dedicó 17.4% de sus publicaciones en campaña y Delfina Gómez 12.2%.
- **Contra campaña.** Delfina Gómez superó en publicaciones de este tipo a Alejandra Del Moral, con 4.1% frente a 1.5%, respectivamente.
- **Delfina Gómez sí utilizó X para denunciar actos de violencia en 1.7% de sus publicaciones.** La candidata aprovechó el espacio para acusar coacción electoral vía mensajes de WhatsApp.

GRÁFICA 132. USO DE X POR CANDIDATA



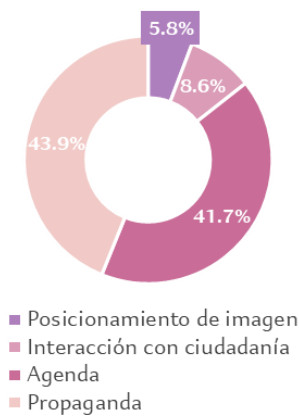
Elaboración CNCS, diciembre 2023

En Coahuila estos objetivos también ayudaron a reconocer la imagen que los candidatos quisieron proyectar al electorado, así como el tono de su campaña (gráfica 133). Por ejemplo, **Manolo Jiménez dedicó sus publicaciones a hacer propaganda (43.9%);** difundir su agenda (41.7%); interactuar con la ciudadanía (8.6%) y; finalmente, posicionar su imagen (5.8%).

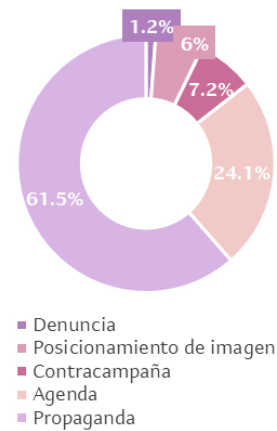
De acuerdo con estas categorías, **tres candidatos priorizaron la difusión de propaganda** en su *timeline*, solo uno de ellos interactuó con otras personas, dos realizaron denuncias y uno difundió mensajes de contra campaña como objetivo principal.

Como se observa en la *gráfica 134*, **Armando Guadiana también priorizó la propaganda en su *timeline* (61.2%) a través de la promoción de su agenda (4.1%)** pero a diferencia de Manolo Jiménez, él sí dedicó publicaciones para hacer contra campaña (7.2%). Resalta que utilizó su red para denunciar algún hecho de violencia (1.2%).

GRÁFICA 133. USO DE X MANOLO JIMÉNEZ



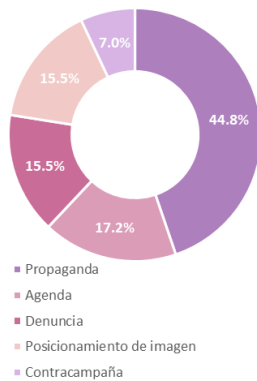
GRÁFICA 134. USO DE X ARMANDO GUADIANA



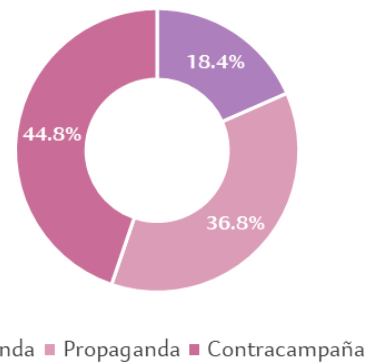
Elaboración CNCS, diciembre 2023

Lenin Pérez utilizó su red social X para cinco fines (gráfica 135): hacer propaganda (44.8%), promocionar su agenda (17.2%), posicionar su imagen (15.5%) y denunciar (15.5%), así como hacer contra campaña (7%). En cambio, **Ricardo Mejía Berdeja (gráfica 136) la utilizó con tres objetivos, principalmente para hacer contra campaña (44.7%),** seguidas de propaganda (36.8%) y promover su agenda (18.4%).

GRÁFICA 135. USO DE X LENIN PÉREZ



GRÁFICA 136. USO DE X RICARDO MEJÍA



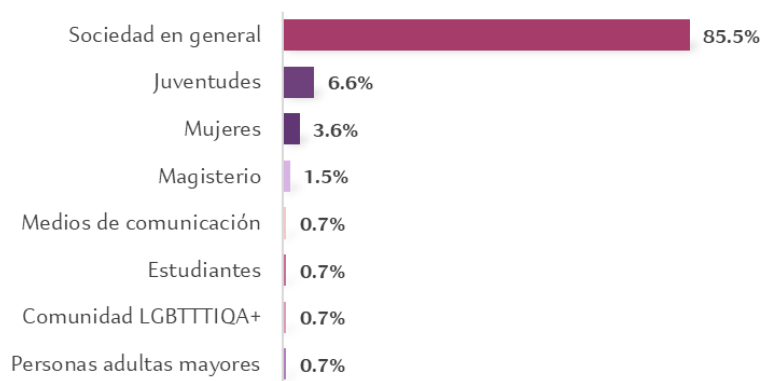
Elaboración CNCS, diciembre 2023

Público objetivo de las candidaturas

Aunque no toda la comunicación de las candidaturas se enfocó en propuestas de campaña, cada una de sus publicaciones buscó conectar con un público en específico: la sociedad en general, integrantes de los GSD, e incluso con sus oponentes.

En el Estado de México ambas candidatas destinaron gran parte de sus tuits a la sociedad en general, pero también a los sectores con mayor importancia electoral en la entidad: las juventudes y las mujeres. Por ejemplo, **Alejandra Del Moral, quien tuvo como principales objetivos difundir propaganda y su agenda de actividades en campaña, se dirigió a la sociedad en general (85.5%) y a jóvenes y mujeres (6.6% y 3.6%, respectivamente).** Para ella dirigirse a las personas del magisterio (1.5%) fue más relevante que hacerlo con personas de la diversidad sexual, adultas mayores y estudiantes (*gráfica 137*).

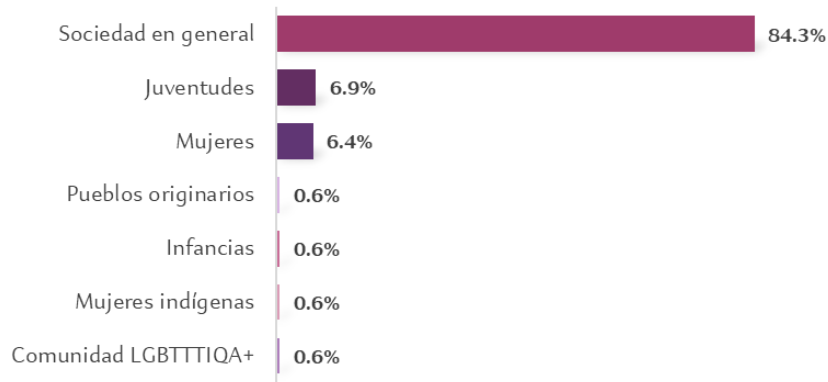
GRÁFICA 137. PÚBLICO OBJETIVO DE ALEJANDRA DEL MORAL



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Delfina Gómez también se dirigió a los mismos sectores y casi en igual proporción que Alejandra Del Moral, acción que evidenciaría una competencia directa entre ambas candidatas al buscar conectar de la misma manera con la ciudadanía. Pero un distintivo en la comunicación de la candidata morenista se presentó al no dirigirse al magisterio y al referirse a las infancias y mujeres indígenas en la misma proporción que a las personas de la diversidad sexual, con 0.6% de sus publicaciones dirigidas para cada uno de estos grupos en la misma proporción (*gráfica 138*).

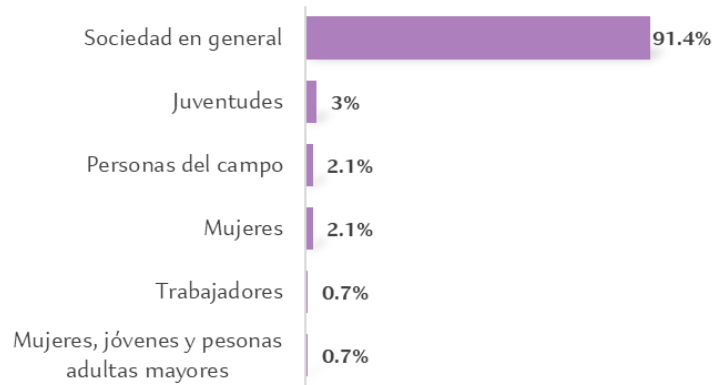
GRÁFICA 138. PÚBLICO OBJETIVO DE DELFINA GÓMEZ



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Por su parte, en Coahuila **Manolo Jiménez dirigió sus publicaciones pensando en llegar y beneficiar a la sociedad en general (91.4%)**, puesto que en sus RS no se refirió a grupos o sectores específicos de la población y, así como las candidatas, también tuvo a las juventudes (2.9%) como segundo público objetivo de sus tuits (*gráfica 139*).

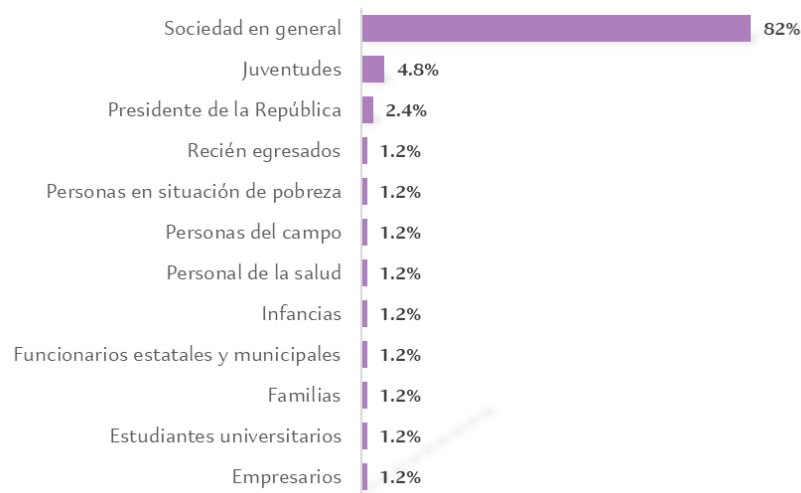
GRÁFICA 139. PÚBLICO OBJETIVO DE MANOLO JIMÉNEZ



Elaboración CNCS, diciembre 2023

En las publicaciones de Armando Guadiana, se identificaron a diversos grupos de la población, aunque en la mayoría (**81.9%**) de ellas se refirió a la **sociedad en general**. Al recordar que el segundo tipo de RS que predominó en su *timeline* fueron las propuestas, cobra sentido que **en el análisis de este candidato se reconozca con mayor precisión a diversos sectores**. Por ejemplo, en igual proporción se refirió a recién egresados, personas en situación de pobreza, personas del campo, personal de la salud, familias, universitarios, empresarios e, incluso, infancias (*gráfica 140*).

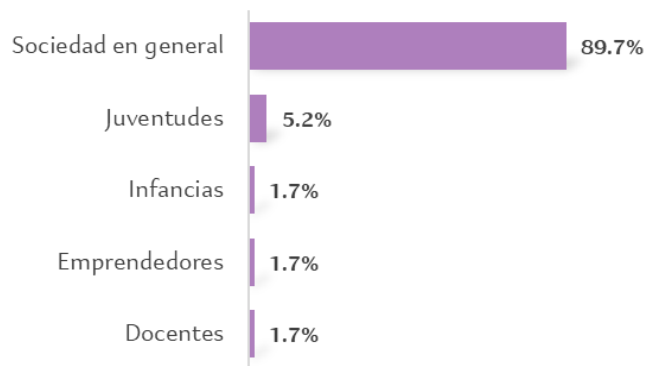
GRÁFICA 140. PÚBLICO OBJETIVO DE ARMANDO GUADIANA



Elaboración CNCS, diciembre 2023

En tanto, **Lenin Pérez también se concentró en hablar a la sociedad en general (89.7%) en sus publicaciones** y a las juventudes en segundo lugar (5.2%); asimismo, en la misma proporción (1.7%) se refirió a las infancias, emprendedores y docentes (*gráfica 141*).

GRÁFICA 141. PÚBLICO OBJETIVO DE LENIN PÉREZ

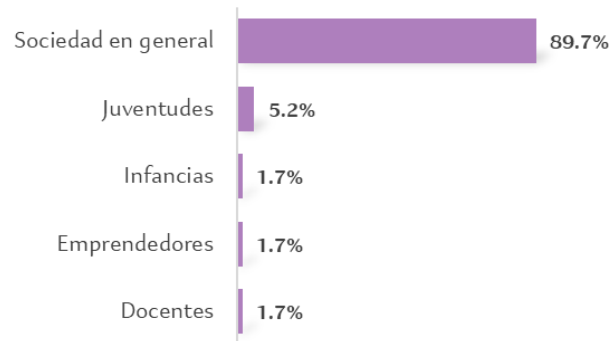


Elaboración CNCS, diciembre 2023

Pese a que cada candidato persiguió un objetivo que comunicó de manera muy distinta, **tanto Manolo como Guadiana y Lenin tuvieron muy presente que las juventudes son un sector clave en las elecciones al tenerles como segundo público objetivo en sus publicaciones** de la red social X.

En cambio, **Ricardo Mejía Berdeja fue el único que consideró a las juventudes en campaña (gráfica 142)**, al ser el sector más referido en la conversación generada por este candidato durante esta etapa (5.2%).

GRÁFICA 142. PÚBLICO OBJETIVO DE RICARDO MEJÍA



Elaboración CNCS, diciembre 2023

Como se pudo visualizar **a pesar de haber sido las candidatas quienes más contenido postearon durante el PEL 2022-2023**, a través incluso de publicaciones originales, **no fueron quienes más interactuaron con la ciudadanía**, ya que en este sentido fueron los candidatos quienes destacaron por responder los comentarios en la cuarta parte de sus publicaciones.

Asimismo, dado que el sentimiento neutral fue el más presente dentro de las publicaciones realizadas por las candidatas, **el número de críticas contra su adversaria fueron mínimas**; inclusive en el caso de las críticas que Delfina Gómez realizó, la mayoría de estas fueron dirigidas hacia la coalición por la que compitió su contrincante y no hacia ella directamente.

A pesar de que comparado con el proceso electoral que transcurrió en Coahuila, en el Estado de México, solo se identificó una publicación realizada por la candidata Alejandra del Moral contra Delfina Gómez con presencia de VPMRG, **es importante concientizar a las candidaturas en general, pero también a las candidatas evitar ser partícipes en la reproducción de este tipo de hechos con publicaciones que** en lugar de incentivar la reflexión ciudadana, a través de la crítica, **solo alimenten posturas de ataque contra las mujeres.**

Aun cuando la mayor parte de las publicaciones realizadas por ambas candidatas tuvieron como fin dar a conocer sus propuestas o discursos hacia la ciudadanía, resulta importante resaltar la iniciativa de la **candidata de la coalición “Juntos Hacemos Historia en el Estado de México”, Delfina Gómez, quien fue la única que utilizó su cuenta en X para denunciar actos que anticipaban posibles hechos de violencia política en su contra**, ya que ello abre el espacio para que a través de las redes sociales otras candidatas denuncien la VP o la VPMRG de la que son víctimas.

Finalmente, **es destacable que tanto candidatas como candidatos dirigieron algunas de sus propuestas realizadas a través de la red social X hacia personas de GSD**, aunque aún falta mucho por hacer con respeto a que se interactúe con distintos sectores de la ciudadanía y no solo se hagan propuestas hacia la sociedad en general.

Conclusiones

Este informe ha detectado que tanto medios de comunicación como personas usuarias de redes sociales continúan la reproducción de ideologías dominantes en el contexto político electoral a través de los contenidos que crean y comparten, mismos que promueven significados y percepciones que permean en la ciudadanía y conllevan a una concepción errónea del significado sobre ser mujer o ser hombre y el lugar que en apariencia debe guardar como candidatas o candidatos en el ámbito político-electoral de acuerdo con la cultura patriarcal. Estos ideales han sido reproducidos históricamente por generaciones y desde una visión antropológica, como la propuesta por Lagarde (2005), han naturalizado la idea de la otredad que ha servido para subordinar y someter a las mujeres a partir de las diferencias de género.

Dentro de la VPMRG registrada en medios convencionales y redes sociales durante el PEL 2022-2023, **la violencia simbólica -a través de expresiones de subordinación contra candidatas, funcionarias y en ejercicio de un cargo de elección popular- fue la forma más recurrente para mostrar rechazo a las mujeres que participan activamente en la vida política del país.** Esta violencia es un reflejo de la normalización de creencias que vulneran y socavan sus derechos político-electorales.

Estas expresiones de subordinación sugirieron una relación natural de las candidatas hacia figuras masculinas prominentes de la política nacional, donde se atribuyó su candidatura a tal vínculo; en tanto que a los candidatos una posible conexión con estos personajes solo implicó un vínculo de apoyo en la contienda. Estas relaciones a ellos les atrajo críticas, mientras que para ellas fueron una puerta para la violencia.

La candidata con mayor posibilidad de triunfo fue blanco de la subordinación en los medios convencionales porque se cuestionó su capacidad para ocupar la gubernatura y se reforzó el constructo social relacionado con que una mujer sobresale y llega al poder solo de la mano de un hombre, tal y como se expuso en el Capítulo 1.

Las mujeres que participan para ocupar un cargo público y cuentan con una trayectoria dentro de este ámbito, habitualmente no son reconocidas por parte de algunos actores políticos, enfrentando el “techo de diamante”. Tal concepto fue propuesto por Amelia Valcárcel en su libro *La política de las mujeres* (1997), este representa las ocasiones donde las mujeres no son valoradas por su trayectoria y habilidades profesionales al momento de querer desempeñar un trabajo del mismo nivel que un hombre; por el contrario, se les considera como objeto de deseo, mientras a ellos sí se les reconoce y coloca en la cúspide del poder, a ellas se les deja en el arbitrio y subordinación al poder de los hombres (Valcárcel, 1997).

En el Capítulo 2, **la subordinación también fue visualizada a través de la expresión de violencia que prevaleció hacia las candidatas en redes sociales, que se potencializó apoyada de nuevas**

herramientas tecnológicas como la Inteligencia Artificial; estas nuevas formas de agresión permiten observar qué sucede **cuando las mujeres desafían el orden patriarcal establecido con su participación en la arena político electoral,** son juzgadas y criticadas al considerarlas como personas sin prestigio porque no pueden ejercer el poder, ante ello se recurre a la violencia como mecanismo para detener su acceso a un espacio históricamente ocupado por hombres (Serret, 2006).

Los hallazgos encontrados en los primeros dos capítulos expresan que la candidata más afectada por la VPMRG fue Delfina Gómez, quien desde el inicio del proceso electoral encabezó las preferencias electorales en el Estado de México. La aspirante fue señalada por críticas a su gestión como funcionaria pública en el municipio de Texcoco, que detonaron una serie de acusaciones sin pruebas por presuntos actos ilegales -como robo y corrupción- al señalarla como la responsable del descuento al salario de los trabajadores del municipio. Estas acusaciones escalaron a comentarios que durante el PEL 2022-2023 la consideraron como alguien que solo atendía indicaciones del actual presidente, restándole capacidad y aptitud para gobernar el Estado de México. Con base en ello, se confirma que en un escenario político donde las mujeres contienden por un cargo de elección, a quien se dirige la violencia es a la que tenga mayor probabilidad de triunfo.

Por otra parte, podría suponerse que el uso que las candidatas pueden darle a las redes sociales apoyaría el esfuerzo de colectivas, instituciones o, incluso, de otras actoras políticas para cerrar las brechas de desigualdad que enfrentan las mujeres que participan como aspirantes durante las campañas electorales; no obstante, aún existe una gran tarea para capacitarlas sobre cómo tener mayor presencia en el espacio digital al mismo tiempo que se les asegure un espacio libre de violencia. Se observa como incluso en un espacio con mayor libertad para expresar sus contenidos e ideas, y **a pesar de haber sido quienes crearon más contenidos originales, las candidatas no explotan la ventaja que podría darles el interactuar directamente con la ciudadanía, lo cual quizá se deba a que son más vulnerables a recibir ataques de violencia o críticas en el ciberespacio, que los candidatos,** tal y como se presentó en el Capítulo 3.

Esta es una estrategia de resistencia que han desarrollado las candidatas en las redes sociales para no ser violentadas y funciona como un mecanismo de protección para salvaguardar su integridad en espacios virtuales. Es producto de lo que Soto (2012, p. 154) identifica como la simbolización espacial del miedo, que se instaura en el imaginario colectivo de las mujeres, reconociendo a sus potenciales agresores y en consecuencia inhibiendo su interacción con estos.

En general, **todas las candidaturas consideran a X como una extensión de los medios de comunicación convencionales para presentar sus propuestas y sus actividades de campaña, principalmente; sin embargo, en muy pocas ocasiones destinan publicaciones para interactuar con la ciudadanía o evidenciar hechos de violencia en su contra o hacia otras candidaturas.**

Los hallazgos de este informe también demuestran cómo la selección de palabras y contenidos que se comparten significan mucho en un contexto tan complejo -como nuestro país- donde 7 de cada

10 mujeres de 15 años o más han sufrido algún tipo de violencia, o en una entidad -como el Estado de México- que encabeza la lista en feminicidios.

Por ello, resulta necesario una oportuna colaboración entre quienes poseen los medios de comunicación, las redes sociales y autoridades, partidos políticos, candidaturas, sociedad civil y otras instituciones para garantizar espacios libres de violencia y discriminación contra las mujeres, así como otros grupos poblacionales que han sido históricamente discriminados y mal denominados vulnerables, a fin de garantizar que se respete la libertad de expresión -tanto de la ciudadanía usuaria de X como de las personas candidatas-, así como los derechos humanos de mujeres y de los GSD.

Los hallazgos hasta aquí presentados prenden las alertas sobre las violencias que pueden afectar a las mujeres que contendrán durante el Proceso Electoral Federal 2023-2024 tanto a Presidencia de la República como a quienes aspiran a otros cargos de elección popular, al tiempo que ofrecen herramientas a distintos actores políticos, entre autoridades, ciudadanía, partidos políticos, candidaturas; así como a organizaciones civiles para prevenir, actuar y construir espacios libres de violencia política contra las mujeres en razón de género.

Anexo 1. Metodologías

Metodología para la elaboración del Informe Género 2023. Participación política de las mujeres en el Proceso Electoral 2022- 2023, vinculado con la cobertura en medios convencionales y redes sociales con perspectiva de género e interseccional

22 marzo 2023

Objetivo general del Informe Género 2023:

“Determinar cuantitativa y cualitativamente con perspectiva de género e interseccionalidad la participación política y la VPMRG en los medios de comunicación y la conversación pública en la red social X en la cobertura del Proceso Electoral Local 2022-2023”.

Objetivos particulares:

1. Analizar con perspectiva de género e interseccionalidad a las personas sujetas de noticia y la cobertura sobre la participación política de las mujeres en comparación con los hombres.
2. Analizar la forma cómo se presenta en los medios de comunicación convencionales la VPMRG en comparación con la VP que afecta a los hombres.
3. Analizar con perspectiva interseccional la cobertura de los Procesos Electorales Locales 2022-2023 en relación con los grupos en situación de discriminación y subrepresentados.
4. Analizar la violencia mediática y digital en contra de las personas candidatas en la red social X durante la campaña electoral.

El Informe Género 2023 incluirá dos capítulos. El primero analizará los medios de comunicación convencionales (RP en adelante) para medir cuantitativa y cualitativamente, con enfoque de género e interseccional, la participación política y la VPMRG en los Procesos Electorales Locales 2022-2023 en los estados de Coahuila y el Estado de México y el segundo capítulo analizará la violencia mediática y digital en contra de las personas candidatas en la conversación pública en la red social X (RS en adelante).

Temporalidad del informe

Para el primer capítulo que centrará el análisis en los medios de comunicación convencionales, derivado del monitoreo que realiza la Coordinación Nacional de Comunicación Social (CNCS) a los medios de comunicación convencionales se seleccionaron los registros a lo largo de 66 días -del 2 de abril al 7 de junio de 2023-. Mientras que, para el caso de la Red Social X, la temporalidad será del 2 de abril al 31 de mayo, que de acuerdo con el calendario electoral abarca el periodo de las campañas electorales en Coahuila y Estado de México.

La base de datos de la cual se desprenden las muestras clasificadas por periodo de análisis se obtiene de la plataforma licitada por el Instituto Nacional Electoral para apoyar y complementar las actividades de monitoreo con fines informativos. La plataforma se nutre de los siguientes medios de comunicación, como se muestra en las tablas:

Tabla 3 Medios Impresos y digitales

Nombre	Nacionales	Estatales	Revistas	Internacionales
Periódicos	29	175	235	
Portales	73	331		23

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Tabla 4 Programas informativos en medios electrónicos

Nombre	Estaciones	Programas Lunes a Viernes	Sábado	Domingo
Radio	43	73		
Televisión	34	114		23
Programas de radio y TV solo fin de semana			52	59

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Definición de registros y cargos

Cada uno de los registros de la muestra se segmenta a partir de las siguientes definiciones y criterios de clasificación, tanto para los medios de comunicación convencionales (RP) como los de la red social X (RS).

TABLA 5 CAPÍTULO UNO. DEFINICIÓN DE LOS REGISTROS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONVENCIONALES (RP)

Tipo de registros RP	
Medios de comunicación (RP)	Descripción ⁵⁰
Nota informativa	Hace referencia a la comunicación de un hecho noticioso en medios impresos, portales de internet, noticieros de radio o televisión y puede estar firmado por periodistas, staff o redacción. Responde a las preguntas ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde? y ¿por qué?
Crónica	Hace referencia a la narración oportuna de cómo sucedió un determinado hecho noticioso en orden cronológico, se centra en transmitir los detalles e incluso las emociones que se involucran alrededor del acontecimiento.
Columna	Hace referencia a los textos que informan y comentan sobre diversos temas de interés desde el punto de vista de la persona o medio que escribe, suelen publicarse en un día y espacio específicos con un título general y permanente dentro de un periódico, revista o plataforma digital.
Artículo	Hace referencia a los textos de personas plenamente identificadas que expresan su opinión basada en la subjetividad sobre temas específicos que no necesariamente son de actualidad inmediata. Se caracterizan por expresar juicios e intentar persuadir al lector sobre el tema a tratar y no están sujetos a reglas fijas como la periodicidad, el espacio y el medio en el que se publican.
Editorial	Hace referencia al texto de opinión escrito por el equipo editorial de un periódico, revista o portales de Internet que, a partir del análisis de un tema actual de interés en particular, expresa su posición, su ideología y su punto de vista.
Entrevista	Hace referencia a los textos o productos audiovisuales publicados en los medios de comunicación y portales de Internet, a través de los cuales se recaban distintos puntos de vista sobre un hecho noticioso de interés.
Reportaje	Hace referencia a los textos y productos audiovisuales que abordan hechos de interés de forma atractiva, más extensa, detallada y documentada que una nota informativa. Se caracterizan por profundizar en las causas de los hechos, explicar los pormenores y reproducir ambientes sin distorsionar la información. Puede hacer uso de otros géneros periodísticos.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 6 CAPÍTULO DOS. DEFINICIÓN DE LOS REGISTROS DE LA RED SOCIAL (RS)

Tipos de registros RS	
Tuits (RS)	Descripción
Generador(a) de contenido (GC)	En esta categoría se incluyen las cuentas de personas usuarias de la red social, verificadas o no, como pueden ser candidatas, periodistas, activistas, integrantes de partidos políticos, funcionarias, ciudadanos y ciudadanas en general.
Tuit institucional	En esta categoría se incluyen las cuentas de Organizaciones No Gubernamentales (ONG), partidos políticos, instituciones

⁵⁰ (Leñero & Marín, 1986)

Tipos de registros RS	
Tuits (RS)	Descripción
	gubernamentales y organismos autónomos, entre otros, que no tienen nombre de personas.
Tuit informativo	En esta categoría se incluyen las cuentas de algún medio de comunicación o plataforma digital.
Bot	<p>En esta categoría se incluyen las cuentas con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) de reciente creación (cercana al inicio del Proceso Electoral), b) con escaso número de seguidores y seguidoras, c) que dejó de utilizarse después de la elección (junio), d) generador de contenido (GC) para campañas publicitarias de productos o personas candidatas lo que se puede comprobar en su timeline. <p>También se incluye como Bot/Suspendida cuando la cuenta o el tuit fue dado de baja por el usuario o por la red social X.</p>

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Para clasificar a las personas fuente y las menciones de las personas candidatas se han definido las siguientes categorías a fin de identificar en los registros la tipología de su participación en el Proceso Electoral.

TABLA 7 DEFINICIÓN PARA LA CATEGORÍA CARGOS EN LOS RP Y RS

Categoría Cargos	
Categoría	Descripción
Persona candidata (PC)	Hace referencia a una persona que participa como candidata a cualquier cargo de elección popular en el Proceso Electoral.
Tipo de candidatura:	Gubernatura (PG) o Diputación Local (PDL)
Persona legisladora (PL)	Hace referencia a las personas que ocupan un cargo de elección popular en las cámaras de diputadas y diputados federales o locales, en la cámara de senadoras y senadores sin importar el cargo que ocupe o la comisión que presida.
Persona dirigente (PD)	Hace referencia a la persona que tienen un cargo dentro de la estructura de un partido político sea nacional o estatal sin importar su rango.
Persona de interés (PI)	Hace referencia a militantes de un partido político sin cargo, a la persona que es considerada por los medios de comunicación como experta, investigadora -sin importar la universidad o institución educativa, centro de investigación-, consultora nacional o internacional; activista, integrante de una organización civil, colectiva, organización social, influencer y representante de la estructura eclesíástica, empresarial, sindical o de

Categoría Cargos	
Categoría	Descripción
	cualquier medio de comunicación (cuando se convierten en fuentes informativas). Incluye a las personas que denuncian un hecho de violencia, pero que no están involucradas en el proceso electoral por no ser candidatas u ocupar un cargo público.
Persona funcionaria (PF)	Hace referencia a cualquier persona que trabaja en la administración pública federal, estatal o municipal, organismos autónomos y en el poder judicial, con excepción del funcionariado electoral.
Persona funcionaria electoral (PEF)	Hace referencia a cualquier persona que ocupe el cargo de consejero electoral, federal (INE) o estatal (OPL); así como a las y los magistrados del Tribunal Federal Electoral del Poder Judicial y tribunales electorales locales y, en general, a personas funcionarias de instancias vinculadas a responsabilidades electorales.
Persona de medios de comunicación (PMC)	Hace referencia a una Persona de Medios de Comunicación que escribe el RP.
Institucional	Hace referencia a una institución, organización, partido, coalición, entidad gubernamental o privada que emite, a través de un comunicado de prensa o un tuit, una postura o difunde un punto de vista o un hecho.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Primera clasificación: Información básica

Todos los registros serán clasificados de acuerdo con las siguientes categorías básicas, las cuales dan cuenta de la información de cada uno, así como de las personas o instituciones responsables de su contenido.

TABLA 8 CAPÍTULO UNO. CLASIFICACIÓN BÁSICA DEL RP

Información Básica de los RP	
Categoría	Descripción
ID	Número con el que se identifica en el sistema de monitoreo cada RP.
Fecha	Día de publicación.
Hora	Tiempo en el que se registra la publicación del RP en las plataformas digitales de los medios de comunicación convencionales y plataformas digitales informativas, así como en los noticieros de radio o televisión.
Nombre medio	Es el nombre del medio impreso, portal de noticias, nombre de la televisora o grupo radiofónico donde se publica o difunde el RP.
Entidad	Se refiere a la entidad en la que está radicado el medio en el que se publica el RP. Se refiere al nombre de la entidad federativa y, en el caso de medios internacionales, se hace referencia al país.

Información Básica de los RP	
Categoría	Descripción
Tipo de medio	Se identifica si se trata de medio impreso, radio, televisión o plataforma digital.
Autor(a)	Nombre de la persona que escribe el RP; en caso de no incluirse se coloca la palabra "Redacción".
Género del autor(a)	Se refiere solo a la persona que escribe la noticia, columna, reportaje, crónica y/o firma el RP. En caso de comunicados de prensa, se coloca Institucional y en caso de Redacción se señala "No aplica".
Género periodístico	Incluye los diferentes tipos de registros de medios de comunicación convencionales (RP) señalados en la Tabla 5.
Título RP	Encabezado del RP que sintetiza el contenido de la información.
Resumen RP	Se refiere al resumen del contenido del RP que arroja el propio sistema.
Transcripción RP	Se refiere al contenido textual del RP.
Nombre del programa de radio o televisión	Se refiere solo al nombre del programa en el que se difunde el RP para los casos de Radio y Televisión. Si se trata de medios impresos, se menciona "No aplica".
Duración del programa de radio y televisión	Se refiere a la duración del programa radiofónico y televisivo. En el caso de los medios impresos o información en plataformas digitales informativas se menciona "No aplica".
Precio	Se refiere a la estimación que proporciona la empresa de monitoreo de la CNCS sobre el costo que tendría el RP si se pagara ese espacio como publicidad comercial. En aquellos medios donde la estimación no aparezca, se coloca, "Sin datos".
URL del testigo	Se refiere a la dirección digital del RP publicado que arroja la plataforma licitada por el INE.
Tiraje	Se refiere al tiraje estimado que proporciona la empresa de monitoreo contratada por la CNCS del medio impreso en el que se publicó el RP. En el caso de las plataformas digitales informativas, radio y televisión se señala "No aplica".
Alcance	Se refiere al alcance que tiene a los programas de Radio y Televisión, así como la prensa y las plataformas digitales informativas que proporciona la empresa de monitoreo contratada por la CNCS. En los casos donde no aparezca el dato, se refiere "Sin datos".
Titular del Medio	Se refiere al nombre de quien dirige el medio de comunicación en el caso de medio impresos y Plataformas digitales informativas. En el caso de la radio y televisión se refiere a la persona titular de la emisión.
Género del Titular del medio	Se refiere al titular del medio y/o conductor/a del programa.
Proceso electoral	Estado de México o Coahuila.
Registro Original o Duplicado	Para poder cuantificar las fuentes informativas y menciones de personas candidatas en los registros de los medios de comunicación convencionales, cuando en un registro aparece más de una fuente o mención, el registro se duplica, por lo cual es necesario identificar si se trata del registro original o un duplicado.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 9 CAPÍTULO DOS. CLASIFICACIÓN BÁSICA RS

Información básica de los RS	
Categoría	Descripción
Número de Tuit	Se refiere al número consecutivo del tuit (en adelante RS).
ID del tuit	Se refiere al número de identificación con el que se registra el RS en el sistema.
Fecha	Se refiere al día en el que se emite el RS.
Entidad	Se refiere a la entidad donde se emite el RS que se registra en el sistema, solo se colocan estados. Si no es posible identificarlo, señalar "Sin datos"
Tipo de cuenta	Se refiere a: Generador de contenido (GC), institucional, informativo, bot (de reciente creación y dejó de funcionar tras la campaña) o suspendida/BOT
Nombre de la usuaria (o)	Se refiere al nombre de la cuenta que se identifica en el sistema con una arroba.
Nombre completo de la usuaria (o)	Se refiere al nombre completo de la persona, institución o entidad que publica el RS.
Género	Se refiere a la persona que es posible identificar como responsable de la cuenta: femenino o masculino, se incluye a los bots; en caso de tratarse de una cuenta institucional o informativa se pone "No aplica". Cuando no se pueda identificar el tipo de cuenta o género de la usuaria (o), se coloca "Sin identificar"
Tipo de registro	Para poder cuantificar las menciones de personas candidatas en los RS, cuando en un registro aparece más de una mención, el registro se duplica, por lo cual es necesario identificar si se trata del registro original o es duplicado.
Título	Se refiere a la primera línea del RS que el sistema registra como título.
Texto completo Tuit	Se refiere a la transcripción de copy del RS que el sistema arroja.
URL	Se refiere a la liga del RS a través de la cual se puede acceder al mismo.
Tipo de Contenido/ Sentimiento	Se refiere al sentimiento expresado en el RS y que se identifica como: Positivo: Esta clasificación se utiliza cuando en el RS se expresan muestras de simpatía, afinidad, apoyo, solidaridad, alegría, entre otras, hacia la persona candidata mencionada. Negativo: Esta clasificación se utiliza cuando en el RS hay expresiones violentas, agresiones verbales, memes ofensivos, se hace escarnio o mofa, entre otras, hacia la persona candidata mencionada y cuando se hacen referencias falsas, pero no necesariamente violentas. Neutro: Esta clasificación se utiliza cuando en el RS no se encontraron expresiones, memes o emoticones con una valoración a favor o en contra de la persona candidata mencionada.
Hashtags en el tuit	Se refiere a los # que el sistema arroja porque aparecen en el copy del RS. En caso de que un RS no los incluya, se coloca "No aplica".
Impacto del tuit	Se refiere al impacto del RS y que el sistema arroja con un Cero o con un número, a partir del número de seguidores y seguidoras de la cuenta.
Impresiones	Se refiere al número de cuentas alcanzadas y que el sistema arroja con un Cero (0) o un Número.
Persona Candidata Mencionada	Se refiere a la persona candidata que es mencionada a través de una arroba o un hashtag en el RS por cualquier persona usuaria de la red, incluye a las personas candidatas, los RS informativos, institucionales o bots.

Información básica de los RS	
Categoría	Descripción
Autor/a del hilo o conversación (Fuente de la Información):	Se refiere a la persona que inicia una conversación o responde a una conversación previamente iniciada por cualquier tipo de RS. En caso de los posts originales que generan una conversación se coloca el cargo cuando es posible identificar a la persona usuaria que genera el contenido (ver cargos) y en el caso de las Personas candidatas, se coloca el nombre completo. De no identificarse el cargo de la persona usuaria se coloca "Sin identificar". Se clasifica como Bot las cuentas que tienen escaso número de seguidores y seguidoras, son de reciente creación (cercana al periodo electoral) y en la mayoría de los casos dejan de usarse después de la jornada electoral o son cuentas que se utilizan para campañas publicitarias, ya sea de marcas de productos o personas candidatas, y que se puede comprobar en su timeline. También se clasifica como Bot/Suspendida cuando la cuenta fue suspendida por la red social X.
Género del autor del hilo o la conversación	Se refiere a las personas usuarias puede ser hombre o mujer o bot; en caso de las instituciones se coloca Institucional, en el caso de las cuentas de los medios de comunicación convencionales se coloca Informativa
Tipo de entrada en el hilo	Se refiere al tipo de entrada que se publica, ya sea un posteo Original o Respuesta para generar conversación sobre lo publicado por otra persona usuaria.
Proceso electoral	Coahuila o Estado de México. Se coloca la entidad a la que hace referencia el RS.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Segunda clasificación: Fuentes informativas y Menciones

En cada registro de los medios de comunicación convencionales se clasifican los siguientes datos para las categorías **Fuente** y **Mención de personas candidatas**. En los casos en que un registro tiene más de una persona como fuente o persona candidata mencionada, el registro se duplica y se identifica como original o duplicado.

TABLA 10 CAPÍTULO UNO. CLASIFICACIÓN FUENTES SIN IMPORTAR EL CARGO Y MENCIONES SOLO DE PERSONAS CANDIDATAS A LA GUBERNATURA O DIPUTACIÓN LOCAL EN RP

Clasificación para RP	
Categoría	Descripción
Fuente	Se refiere a la persona o institución que está directamente involucrada en un hecho noticioso, cuyos puntos de vista se retoman a manera de declaración en el RP. Se registra 0 cuando no existen fuentes y 1 cuando se detectan. Se clasifican los datos que se mencionan a continuación:
Nombre	Se refiere al nombre de la persona sujeta de noticia.
Género	Se refiere al género de la persona sujeta de noticia: Femenino o masculino.
Cargo	Se refiere al cargo al que aspira o que ostenta en cualquier tipo de institución, sea pública o privada. Consultar Tabla 7.
Institución, partido o coalición	Se refiere al nombre de la institución. En el caso de las personas candidatas se coloca el nombre del partido político o la coalición que la postula.

Clasificación para RP	
Categoría	Descripción
Grupos en situación de discriminación o subrepresentados	Se refiere al grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona sujeta de noticia: migrante, indígena, afroamericana, discapacidad, adulta mayor, LGBTTTIQ+.
Menciones	Se refiere a las menciones que aparecen en los RP de personas candidatas que no dan una declaración directa a la persona que escribe el registro. Se registra 0 cuando no existen menciones y 1 cuando se detectan.
Nombre	Se refiere al nombre de la persona sujeta de noticia.
Género	Se refiere al género de la persona sujeta de noticia: Femenino o masculino.
Cargo	Se refiere al cargo al que aspira o que ostenta en cualquier tipo de institución, sea pública o privada. Tabla 7
Institución, partido o coalición	Se refiere al nombre de la institución. En el caso de las personas candidatas se coloca el nombre del partido político o la coalición que la postula.
Grupos en Situación de Discriminación o Subrepresentados	Se refiere al grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona sujeta de noticia: migrante, indígena, afroamericana, discapacidad, adulta mayor, LGBTTTIQ+.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 11 CLASIFICACIÓN MENCIONES PERSONAS CANDIDATAS EN RS

Clasificación para RS	
Categoría	Descripción
Nombre	Se refiere al nombre de la persona candidata mencionada.
Género	Se refiere al género de la persona candidata mencionada.
Cargo	Se refiere al cargo al que aspira: Gubernatura o Diputación Local.
Grupo en situación de discriminación o subrepresentado	Se refiere al grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona sujeta de noticia: migrante, indígena, afroamericana, discapacidad, adulta mayor, LGBTTTIQ+.
Partido o Coalición	Se refiere al nombre del partido político o la coalición que la postula.

Tercera clasificación. Violencia

Para poder registrar los hechos de violencia que aparecen en los **RP** y **RS** se agrupan en cuatro clasificaciones a partir de las personas aludidas, afectadas o involucradas en el hecho que se difunde.

Se reconoce que existe una definición en la LGAMVLV y en la *Ley General de Instituciones y Procedimientos Electorales*, sobre la VPMRG:

“Es toda acción u omisión, incluida la tolerancia, basada en elementos de género y ejercida dentro de la esfera pública o privada, que tenga por objeto o resultado limitar, anular o menoscabar el ejercicio efectivo de los derechos políticos y electorales de una o varias mujeres, el acceso al pleno ejercicio de las atribuciones inherentes a su cargo, labor o actividad, el libre desarrollo de la función pública, la toma de decisiones, la libertad de organización, así como el acceso y ejercicio a las prerrogativas, tratándose de precandidaturas, candidaturas, funciones o cargos públicos del mismo tipo”. (LGAMVLV, 2020)

Por su parte, se reconoce también que la Violencia de Género ha sido definida como:

“Todo acto de violencia sexista que tiene como resultado posible o real un daño físico, sexual o psíquico, incluidas las amenazas, la coerción, o la privación arbitraria de la libertad, ya sea que ocurra en la vida pública o privada”. (Unidas, 1996)

No obstante, para clasificar los registros con violencia identificando a las personas candidatas del resto de las personas que no participan en el proceso electoral pero que son víctimas de un hecho violento durante el periodo de análisis, se establecen dos criterios de clasificación.

VP hace referencia a los hechos que afectan a las personas que participan en el proceso electoral como candidatas o a las personas que ocupan un cargo de elección popular o como funcionarias.

Violencia hace referencia los hechos de violencia que se registran en los medios de comunicación convencionales y la red social X que afecta a las personas que no están vinculadas al Proceso Electoral, son ciudadanos y ciudadanas.

En la siguiente tabla se definen cada una para fines de clasificación para este análisis:

TABLA 12 CLASIFICACIÓN DE LA VIOLENCIA EN RP Y RS

Clasificación para RP y RS	
Categoría	Descripción
Registro con Violencia	Sí o No
Tipo de Violencia	VP o V
La VP identificada contiene elementos de género (VPMRG) que afectan a las mujeres candidatas, que ocupan un cargo de elección popular o son funcionarias	Sí o No
Tipo de VPMRG	VPMRG de acuerdo con la Tabla 14

Tipo de VP	VP de acuerdo con la Tabla 15
Hecho de Violencia	Se refiere a la clasificación tanto de la VPRG de acuerdo con la Tabla 14 o VP de acuerdo con la Tabla 15
Prueba (Narrativa)	Prueba del hecho de VPMRG o VP
Definición de la clasificación de la violencia	
VP	Hace referencia a hechos de VP porque están dirigidos a las personas candidatas o a quienes ocupan un cargo de elección popular o como funcionarias solo en los estados donde hay elecciones: Coahuila y Estado de México. Incluye mujeres y hombres
VPMRG	Hace referencia a hecho de VPMRG que afecta a candidatas, funcionarias, y mujeres que ocupan un cargo de elección popular.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Difusión de la Violencia

En cada RP y RS se analiza la forma cómo se difunde la violencia tanto en los registros de los medios de comunicación convencionales como en la red social X, para lo cual se definieron tres categorías que se describen en la siguiente tabla.

TABLA 13 DIFUSIÓN DE LA VIOLENCIA EN RP Y RS

Difusión de la Violencia en RP y RS	
Categoría	Descripción
Denuncia	Esta clasificación se refiere a la denuncia pública que hace una persona candidata o funcionaria pública o persona que ocupe un cargo de elección popular sobre un hecho de violencia de la que fue objeto. La denuncia la realiza directamente la persona afectada.
Declaración	Esta clasificación se utiliza para hacer alusión a un hecho o un tema de violencia del cual hace referencia cualquier persona, sea autoridad, líder de partido, militante, simpatizante, legisladora, ciudadanas y ciudadanos, candidatas y candidatos. No se trata de la víctima directa. Si el hecho de violencia se registra en cualquier otra entidad donde no hay proceso electoral en curso, se clasifica como tema de acuerdo con el apartado cuatro.
Acusación	Esta clasificación se utiliza para hacer referencia a una acusación directa hacia una persona candidata o funcionaria pública o persona que ocupe un cargo de elección popular sobre un hecho de violencia y puede ser realizada por cualquier persona o institución.
¿Qué se clasifica en los registros?	
Nombre	Hace referencia a la persona o institución que denuncia, acusa o declara que aparece en el RP o RS como quien aborda un hecho de violencia. En el caso de que las personas de los medios de comunicación, ya sea periodistas, columnistas o editorialistas, sean quienes aborden el tema de violencia se coloca el nombre o "Redacción", cuando no se identifica a quien redacta la noticia. En el caso de la RS se coloca el nombre de la

	persona usuaria de la red social X o de la cuenta institucional o informativa.
Género	Hace referencia al género de la persona que denuncia, declara o acusa y se clasifica como Femenino, Masculino o Institución. En el caso de las personas de los medios de comunicación identificados como “Redacción”, se coloca como No Aplica.
Candidatura	Se clasifica Sí o No o No Aplica para Instituciones y personas de medios de comunicación (Redacción).
Cargo	Se identifica el cargo de acuerdo con la Tabla 7
Institución	Hace referencia a una institución, organización, partido, coalición, entidad gubernamental o privada que emite, a través de un comunicado de prensa o un tuit, una postura o difunde un punto de vista o un hecho.
Grupo en situación de discriminación o subrepresentado	Se coloca el grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona que se clasificó como quien denuncia, acusa o declara en un RP o RS clasificado con violencia: Migrante, Indígena, Afromexicana, Discapacidad, Adulta mayor, LGBTTTIQ+.
Persona candidata, funcionaria o que ocupa un cargo de elección popular afectada	Hace referencia al nombre de la persona candidata, funcionaria o que ocupa un cargo de elección popular que resulta afectada por el hecho de violencia señalado.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Categorías para clasificar la violencia y los hechos de violencia que se difunden en los RP y RS

Finalmente, se realizó una clasificación para agrupar los hechos de violencia que se presentan en los registros de los medios de comunicación y en la red social X.

TABLA 14 CLASIFICACIÓN DE LA VPMRG EN RP Y RS, SOLO PARA PERSONAS CANDIDATAS, FUNCIONARIAS O QUE OCUPAN UN CARGO DE ELECCIÓN POPULAR

Tipo de VPMRG	Descripción	Hecho	Prueba
Violencia Patrimonial	Cualquier acto u omisión que menoscabe los bienes de las mujeres.	a. Dañar materiales de campaña o sabotear sus mítines b. Privación de oficina, material y personal de apoyo c. Destrucción, daño o robo de bienes	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia digital	Es la acción que mediante el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación afecte o dañe la dignidad, seguridad, libertad e integridad de las mujeres en cualquier ámbito de su vida.	Divulgar imágenes, audios, mensajes o videos reales o simulados con información privada de una mujer candidata o en funciones por cualquier medio físico o virtual con el propósito de desacreditarla, difamarla, denigrarla y poner en entredicho su capacidad o habilidades para la política con base en estereotipos de género.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.

Tipo de VPMRG	Descripción	Hecho	Prueba
Violencia mediática	Todo acto promovido o ejercido por cualquier persona que utilice cualquier medio de comunicación físico y digital, que de manera directa o indirecta promueva, difunda, produzca o reproduzca contenidos audiovisuales que atenten contra las mujeres.	a) Apología de la violencia contra las candidatas b) Promueva discurso de odio sexista c) Promueva la desigualdad entre hombres y mujeres d) Estereotipos sexistas	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia psicológica	Cualquier acto u omisión que dañe la estabilidad emocional.	a. Amenazas verbales b. Impedir o presionar para que renuncie a la candidatura c. Agresiones verbales contra familiares y amigos d. Amenazas con objetos o armas (sin personas lesionadas) e. Amenazas de muerte (por cualquier medio) f. Presencia de personas armadas	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia simbólica	Es la que se ejerce a través de patrones estereotipados, íconos o símbolos que transmiten dominación, desigualdad o discriminación naturalizando la subordinación de la mujer en la sociedad.	a. Bromas hirientes o usar estereotipos para referirse a las mujeres con la intención de ridiculizar, invisibilizar o minimizar. b. Agresión verbal (insultos o palabras tabú) e intimidaciones. c. Agresión a través de imágenes y palabras denigrantes en redes sociales y notas periodísticas. D. Refuerza la subordinación, dominio-sumisión de mujeres hacia hombres.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia sexual	Cualquier acto realizado por la persona agresora que atente contra el cuerpo y/o sexualidad de la víctima.	a. Acoso sexual b. Hostigamiento sexual c. Violación d. Abuso sexual	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia Física	Es cualquier acto de fuerza física con arma u objeto que causa un daño o lesión.	a. Golpes b. Agresiones físicas (de cualquier tipo u objeto) c. Violencia intrafamiliar d. Balaceras (con personas lesionadas)	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Daño moral	Realizar o distribuir propaganda política o electoral que calumnie, degrade o descalifique a una persona candidata con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos y electorales,	a. Difamación. b. Calumnia Con base en estereotipos de género	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.

Tipo de VPMRG	Descripción	Hecho	Prueba
Atentado	Esta clasificación se utiliza cuando una persona candidata, su equipo de campaña, su oficina o casa particular son atacados.	El ataque puede producirse con armas de fuego o explosivos que puedan poner en riesgo la vida de la persona candidata, su equipo de campaña y/o tenga como resultado personas lesionadas.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Feminicidio	Esta clasificación se utiliza para hacer referencia al asesinato, durante el periodo electoral, de una mujer candidata o que ocupe un cargo público.	Feminicidio para el caso de las mujeres.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Sesgo de género	Esta clasificación se utiliza para hacer referencia a las personas candidatas, funcionarias o que ocupan un cargo de elección popular a través de una serie de características derivadas de roles o estereotipos de género.	<ul style="list-style-type: none"> a. Características físicas: edad, forma de vestir y arreglo personal; b. Características de parentesco: hija de, esposa de, madre de, estado de gravidez y estado civil; c. Características sociales: madre, esposa, cuidadora, vulnerable; d. Características sexuales: comportamiento; cosificación del cuerpo; e. Estereotipos: expresiones dirigidas hacia ellas que no se utilizan para nombrar a los hombres, usando la regla de inversión. 	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Discriminación	Esta clasificación se utiliza cuando existe un hecho de discriminación hacia una persona candidata o cualquier persona que ocupe un cargo público o la persona candidata denuncie que víctima de algún hecho de discriminación, que afecta el ejercicio de sus derechos políticos y electorales. Bajo este rubro se incluyen las denuncias de cualquier persona en contra de una persona candidata o partido político, ya sea por sus expresiones o por sus acciones, que afectan a las personas de los grupos de atención prioritaria o subrepresentados.	<ul style="list-style-type: none"> A. Homofobia b. Transfobia c. Edad d. Condición Física 	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 15 CLASIFICACIÓN DE VP EN LOS RP Y RS PARA PERSONAS CANDIDATAS, FUNCIONARIAS O QUE OCUPAN UN CARGO DE ELECCIÓN POPULAR

Tipo de VP	Descripción	Hecho	Prueba
Secuestro	Esta clasificación se utiliza para hacer referencia al secuestro de cualquier persona candidata o de quien ocupe un cargo público durante el periodo electoral.	Privación de la libertad sin importar el tiempo que dure la misma.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Homicidio	Esta clasificación se utiliza para hacer referencia al asesinato de una persona candidata hombre durante el periodo electoral.	Homicidio para el caso de los hombres candidatos.	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Ilegalidad	Esta clasificación se utiliza cuando una persona candidata es acusada con pruebas o datos de un acto ilegal o clasificado como delito.	Corrupción Incumplimiento de normas electorales Fraude Robo Crimen organizado Narcotráfico Enriquecimiento ilícito	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Discriminación	Esta clasificación se utiliza cuando existe un hecho de discriminación hacia una persona candidata o cualquier persona que ocupe un cargo público o la persona candidata denuncie que víctima de algún hecho de discriminación, que afecta el ejercicio de sus derechos políticos y electorales. Bajo este rubro se incluyen las denuncias de cualquier persona en contra de una persona candidata o partido político, ya sea por sus expresiones o por sus acciones, que afectan a las personas de los grupos de atención prioritaria o subrepresentados.	A. Homofobia b. Transfobia c. Edad d. Condición Física	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Daño moral	Realizar o distribuir propaganda política o electoral que calumnie, degrade o descalifique a una persona candidata con el objetivo de menoscabar su imagen pública o limitar sus derechos políticos y electorales,	a. Difamación. b. Calumnia	Se recupera el texto que prueba el tipo de violencia que se registra.
Violencia verbal	Esta clasificación se utiliza cuando se pretende dañar a	a. Insultos b. Amenazas	Se recupera el texto que prueba el tipo

Tipo de VP	Descripción	Hecho	Prueba
	las personas candidatas hombres con un mensaje o discurso que contenga insultos o palabras tabú que puedan dañar su imagen.		de violencia que se registra.

Cuarta clasificación. Temas

Los RP se clasifican a partir de los siguientes temas: oferta política de las personas candidatas; paridad de género, violencia electoral que se presente en la jornada electoral, grupos en situación de discriminación y subrepresentados, para analizar la conversación en torno a estos por la forma cómo se abordan y en el caso de la oferta electoral, saber a quién o quiénes se dirigen las personas candidatas.

TABLA 16 CAPÍTULO UNO. CLASIFICACIÓN DE LOS TEMAS EN LOS RP

Clasificación	Descripción	Prueba
Tema	Sí o No	
Oferta Política	Dirigida a: a. Mujeres b. Grupos en situación de discriminación (GSD) c. Sociedad en general	Se recupera el texto que lo prueba.
Violencia	<p>a) VPMRG: se clasifica como tema cuando se trata de funcionarias o personas que ocupan un cargo de elección popular en las entidades donde no hay Proceso Electoral en curso, pero que se difunde durante el periodo electoral.</p> <p>b) 3 de 3 contra la violencia hacia las mujeres: se clasifica como tema cuando en el registro se aborde el tema, ya sea como denuncia, acusación o sanción, en cualquier entidad que no tengan proceso electoral en curso.</p> <p>c) Violencia de género (VG): Cuando se hace referencia a uno o varios hechos o cifras de violencia en contra de las mujeres que no participan en el Proceso Electoral, cuyos hechos se registran en los estados donde hay elección o en cualquier entidad que no tiene proceso electoral en curso.</p> <p>d) Violencia electoral: Hace referencia al clima de violencia electoral a través de recuentos o se dan a conocer cifras sobre los hechos de violencia registrados durante la campaña electoral en curso o elecciones pasadas por parte de autoridades electorales, de seguridad pública, fiscalías, organizaciones civiles, académicas o consultoras, partidos políticos o coaliciones, incluso personas candidatas.</p> <p>Se clasifica también como violencia electoral cuando se hace alusión a hechos de violencia o actos ilegales (acarreo de personas, intimidación de personas, llenado de votos, entre otros) suscitados durante la Jornada electoral en las casillas electorales, sus inmediateces, oficinas de campaña de las personas candidatas o de las autoridades electorales.</p>	Se recupera el texto que lo prueba.

Clasificación	Descripción	Prueba
Tema	Sí o No	
Paridad	e) Paridad: Hace referencia cuando se habla de la postulación igualitaria de mujeres y hombres a cargos de elección popular o se emiten cifras de la integración de los congresos locales independientemente de que estén o no en proceso electoral.	Se recupera el texto que lo prueba.
Grupos en situación de discriminación o subrepresentados (GSD)	Se clasifica como tema cuando se aborda en general sin hacer referencia a las personas candidatas o a una oferta política dirigida a los GSD o el hecho sucede en las entidades donde no hay un proceso electoral en curso. Se coloca el nombre del grupo al que se hace referencia.	
Nombre	Hace referencia a la persona que menciona el tema, partido o coalición. De no identificarse se coloca "No aplica".	
Género	Hombre, mujer, institución.	
Cargo	Se identifica el cargo de acuerdo con la tabla 7	
Institución	Partido o coalición a la que pertenece la persona o la institución que aborda alguno de los temas analizados.	
Grupo de atención	Se coloca el grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona que hace referencia al tema: migrante, indígena, afromexicana, discapacidad, adulta mayor y LGBTTTIQ+.	
A quién va dirigida Solo en caso de Oferta Política	Se identifica el tipo en particular de personas al que va dirigida, como mujeres jóvenes, adolescentes, o el grupo en situación de discriminación o subrepresentado. Si no se identifica se coloca sociedad en general o "No aplica". Frente a una oferta general y una específica para algún grupo social, se elige la específica.	Se recupera el texto que lo prueba.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 17 CLASIFICACIÓN CRÍTICA EN RP Y RS

Clasificación	Descripción
Crítica	Comentarios negativos que responden al señalamiento de un defecto hacia el desempeño de la persona candidata, funcionaria o que ejerce un cargo público durante su trayectoria política o con su persona sin llegar a ser actos violentos.
Crítica	Sí o No
Nombre	Hace referencia a la persona que menciona el tema, partido o coalición. De no identificarse se coloca "No aplica".
Género	Hombre, mujer, institución, por ejemplo.
Persona candidata	Hace referencia a la persona candidata a quien se le dirige la crítica.
Narrativa	Se coloca el párrafo donde se pruebe la crítica que se emite.

Clasificación	Descripción
Crítica	Comentarios negativos que responden al señalamiento de un defecto hacia el desempeño de la persona candidata, funcionaria o que ejerce un cargo público durante su trayectoria política o con su persona sin llegar a ser actos violentos.
Crítica	Sí o No
Grupo de atención	Se coloca el grupo de atención prioritaria al que pertenece la persona que hace referencia al tema: migrante, indígena, afromexicana, discapacidad, adulta mayor y LGBTTTIQ+.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Palabras clave

Para obtener los registros de los medios de comunicación convencionales se definen las siguientes palabras clave lo que permite obtener todos los que tengan al menos una de estas.

Para el caso de la red social X, una vez que se definan las personas candidatas, se elaboran las palabras clave o queries para la búsqueda de los registros de la conversación que generan las publicaciones de las personas usuarias de la red en torno a las personas candidatas.

TABLA 18 CAPÍTULO UNO. PALABRAS CLAVE PARA LOS RP

Palabras clave para RP	
Periodo: Campaña electoral	
Temporalidad: Del 2 de abril al 31 de mayo	
1.	Candidata a gobernadora
2.	Candidato a gobernador
3.	Gubernatura del Estado de México
4.	Gubernatura en Coahuila
5.	Candidata en el Estado de México
6.	Candidato en el Estado de México
7.	Candidata en Coahuila
8.	Candidato en Coahuila
9.	Elección 2023
10.	Violencia de género
11.	Violencia política en razón de género
12.	Medida 3 de 3 contra la violencia
13.	Violencia política electoral
14.	Paridad de género
15.	Propuesta de campaña
16.	Diversidad
17.	Coalición
18.	Candidata
19.	Candidato

20.	Afromexicano/a
21.	Indígena
22.	Migrantes
23.	Adultos Mayores
24.	Discapacidad
25.	LGBTTIQ+
Periodo: Jornada	
Del 1 de junio al 6 de junio	
1.	Candidata a gobernadora
2.	Candidato a gobernador
3.	Veda electoral
4.	Jornada electoral
5.	Encuestas de salida
6.	Resultados preliminares
7.	Tendencia
8.	Diputados locales Coahuila
9.	Diputadas locales en Coahuila
10.	Candidata
11.	Candidato

Elaboración CNCS, noviembre 2023

TABLA 19 PALABRAS CLAVE Y QUERY PARA LOCALIZAR LOS RS

Persona candidata	Cuenta de Red Social X	Hashtags asociados	Query
Alejandra Del Moral Vela (Alianza: PAN-PRI-PRD-Nueva Alianza)	@AlejandraDMV	#AleDelMoral #FuerzaYValor #AlejandraDelMoral #UnidosPorElEdomex #AleNosUne #AlejandraGobernadora #AlejandraSinMoral #UnidosSomosInvencibles	AlejandraDMV OR "Alejandra Del Moral" OR "Ale Del Moral" OR AleDelMoral OR FuerzaYValor OR AlejandraDelMoral OR UnidosPorElEdomex OR AleNosUne OR AlejandraGobernadora OR AlejandraSinMoral OR UnidosSomosInvencibles
Delfina Gómez Álvarez (Alianza: Morena-PT-PVEM)	@delfinagomez	#MaestraDelfina #CambioEdoMex #DelfinaGómez #DelfinaGobernadora #RataFinaDelfina #DelfinaLaRataDeTexcoco #DelfinaDelincuenteElectoral #DelfinaRatera #DelfinaTeEmpina	Delfinagomez OR Delfina OR MaestraDelfina OR CambioEdoMex OR DelfinaGomez OR DelfinaGobernadora OR RataFinaDelfina OR DelfinaLaRataDeTexcoco OR DelfinaDelincuenteElectoral OR DelfinaRatera OR DelfinaTeEmpina
Candidatas Estado de México			((candidata OR candidatas OR candidato OR candidatos OR candidatura

			OR candidaturas) AND (“Estado de México OR EdoMex))
Manolo Jiménez Salinas (Alianza PAN-PRI-PRD)	@manolojim	#VaPorCoahuila #ManoloJiménez #ManoloGobernador #YoConManolo	manolojim OR “Manolo Jimenez” OR “Manolo Gimenez” OR “Jimenez Salinas” OR VaPorCoahuila OR ManoloJimenez OR ManoloGobernador OR YoConManolo
Armando Guadiana Tijerina (Morena)	@aguadiana	#CoahuilaSeTransforma #ArmandoGuadiana #Guadiana	OR aguadiana OR Guadiana OR CoahuilaSeTransforma OR ArmandoGuadiana
Ricardo Mejía Berdeja (PT)	@RicardoMeb	#CandidatoDelPueblo	OR RicardoMeb OR “Ricardo Mejia” OR “Mejia Berdeja” OR CandidatoDelPueblo
Lenin Pérez (MC)	@leninperezr	#SíHayOtroCamino #VotaUDC #LeninGobernador #VotaLenin #YoConLenin	OR Lenin OR “Lenin Pérez” OR LeninPerez
Candidatos Coahuila			((candidata OR candidatas OR candidato OR candidatos OR candidatura OR candidaturas) AND Coahuila)

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Calendario de trabajo

TABLA 20 PLAN DE TRABAJO

Actividad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
Elaboración de la propuesta metodológica	X										
Aprobación en la CNCS de la metodología	X										
Presentación de la Metodología		X									
Elaboración Queries para los RS		X									
Monitoreo registros			X	X	X						
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales			X	X	X						
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional			X	X	X						
Elaboración de las bases de los registros por periodo de clasificación					X	X					
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales - Limpiar las bases					X	X					
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional					X	X					

Actividad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
- Limpiar las bases, solo se incluyen notas informativas											
Obtención de las muestras con la Jefatura del departamento de estudios de opinión y estadística							X				
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales -Inicia la clasificación de los registros -Revisión semanal de los avances con Líder del proyecto							X				
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional -Inicia la clasificación de los registros -Revisión semanal de los avances con Líder del proyecto							X				
Clasificación de las muestras								X			
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales -Concluye clasificación de las muestras								X			
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional -Concluye clasificación de las muestras								X			
Revisión de la clasificación de los registros con Líder del proyecto								X			
Elaboración de los datos cuantitativos de las muestras									X		
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales por cada estudio de caso -Tipo de RS -Sentimiento -VPRMRG -Crítica									X		
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional por cada periodo de análisis -Tipo de medio -Fuentes informativas y menciones de personas candidatas -VPMRG -Temas: VPMRG, 3de3, VG, Oferta Política, Violencia electoral -Autoría de los RP -Comparativo entre Autoría y Fuentes -Comparativo entre Autoría y VPMRG									X		
Comparación de los datos para la elaboración de los gráficos para resumen ejecutivo, que incluye los periodos de análisis de la prensa convencional, por un lado y los estudios de caso en la red social X									X		
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales -Tipo de RS -Sentimiento -VPRMRG -Crítica									X		

Actividad	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional -Tipo de medio -Fuentes informativas y menciones de personas candidatas -VPMRG -Temas: VPMRG, 3de3, VG, Oferta Política, Violencia electoral -Autoría de los RP -Comparativo entre Autoría y Fuentes -Comparativo entre Autoría y VPMRG									X		
Análisis y elaboración del informe cualitativo por periodo analizado									X	X	X
a. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en redes sociales Nota técnica sobre los datos cuantitativos sobre VPMRG									X		
b. Analista especializado con perspectiva de género e interseccional en prensa convencional Nota técnica sobre los datos cuantitativo sobre VPMRG por periodo de estudio: Campaña y Jornada									X		
Análisis de los datos cuantitativos y elaboración del informe de Género 2023. Primera versión											X
Entrega de la primera versión del Informe Género 2023											X

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Metodología para la elaboración del estudio piloto sobre el uso de las candidaturas a sus redes sociales

Octubre de 2023

Identificación del uso de la red social X en campañas electorales

Como un capítulo adicional, se propone una breve metodología para implementar en el análisis del *timeline* de la red social X de personas candidatas a la gubernatura en los estados de México y Coahuila, a fin de observar e identificar el uso que dan a esta plataforma durante las campañas electorales.

Para ello, se obtendrán todas las publicaciones realizadas por las personas candidatas en contienda (*timeline*) del 2 de abril al 7 de junio de 2023, a fin de obtener una muestra estratificada en la que se identificarán las siguientes categorías:

1. **¿Quiénes utilizan la red social X en las campañas electorales?** Para ello es necesario conocer la información básica del tuit (RS en adelante). En este apartado se identifica a la persona candidata que publica el tuit que integra la muestra, así como la entidad y partido que representa, para conocer la presencia de las candidaturas en la red social.

Información básica de los RS	
Categoría	Descripción
Número de tuit	Es el número automático que le es asignado al tuit dentro de la muestra que será analizada.
Fecha	Corresponde al día, mes y año en el que fue publicado el RS por la persona candidata.
Entidad	Es el estado de la República donde contiene la persona candidata por un cargo.
Nombre de la persona candidata	Se conserva el nombre de usuario con el que se identifica la candidata o candidato en la red social X, es decir, su arroba.
Nombre completo de la P. Candidata	Se integra el nombre de cada aspirante.
Género	Mujer u hombre, según se identifique la persona candidata.
GSD	Se identifica el Grupo en Situación de Discriminación al que pertenece la persona candidata.
Partido o Coalición de la P. Candidata	Se integra el nombre de la fuerza política a la que representa la persona candidata.
Tipo de registro	Se identifica como original si la clasificación del RS solo contiene un elemento de análisis en el resto de las categorías o duplicado, si en el resto de la clasificación requiere de más líneas para desagregar su análisis.
Título	Esta columna se conserva tal cual el sistema de monitoreo la arroja, y consiste en un resumen de la publicación analizada.
Texto completo del Tuit	Es una columna arrojada por default por el sistema de monitoreo utilizado para este informe y, como se indica, integra todos los caracteres que integran el RS.
URL	Es el enlace directo a la publicación original en la red social X.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

2. **Sentimiento.** En esta clasificación se identifica si las publicaciones de las candidaturas expresaron un sentir positivo, negativo o neutro, con base en el uso de emojis, hashtags,

contenidos compartidos y estructura de sus oraciones. En este apartado también se identifica a otras personas candidatas mencionadas en el RS, porque este elemento complementa el sentimiento de la publicación.

Sentimiento	
Sentimiento	<p>Se considera el uso de ciertos elementos en el RS, así como la intención del mensaje compartido en la publicación para determinar si es positivo, negativo o neutro.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positivo: Si el mensaje de la P. Candidata es a favor de su imagen o se presenta con mucho entusiasmo, por ejemplo. • Negativo: Si la P. Candidata utiliza su publicación para criticar, violentar o pedir voto de castigo, por ejemplo, a sus contrincantes u otras fuerzas políticas. • Neutro: Si en la publicación no se reconocen valoraciones positivas o negativas hacia alguna P. Candidata o hacia quien resulte responsable del RS, así como aquellas publicaciones con tintes informativos, como puede ser el anuncio de un evento de campaña.
Hashtags	Esta columna conserva los hashtags arrojados por el sistema de monitoreo incluidos en el tuit. Si el registro no cuenta con alguno, se coloca No aplica.
Contenido compartido	Se considera el tipo de elementos adjuntos, tales como fotografías, videos, links a notas informativas o transmisiones en vivo, imágenes, infografías, etcétera, que las personas candidatas utilizan para reforzar su mensaje. En caso de no existir alguno de estos, se escribe No aplica.
Impacto del tuit	Se refiere al impacto del RS y que el sistema arroja con un cero o cualquier otro número, a partir del total de <i>followers</i> de la cuenta.
Impresiones	Es el número de cuentas alcanzadas por la publicación y que el sistema de monitoreo arroja con un cero u otro número.
Persona candidata mencionada	Se identifica a otras personas candidatas que aparecen en el tuit como mención directa (arrobadas) o nombradas. Si no es el caso, se coloca No aplica.
Cargo de P. Candidata	Se coloca el cargo por el que se ha postulado la candidatura mencionada. En caso contrario, No aplica.
GSD de la P. Candidata	Si la candidatura mencionada pertenece a un GSD, este se coloca, si no lo es o no se identifica, se escribe No aplica.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

3. **¿Cuál fue la actividad de las personas candidatas en la red social?** Esta clasificación permitirá conocer el tipo de tuits que integraron el timeline de las candidaturas y con ello, comprender la interacción que tuvieron en campaña.

Actividad de las candidaturas	
Autor(a) del hilo o conversación	Se coloca el nombre de quien origina o motiva la publicación. Por ejemplo, si el RS que se analiza es una respuesta de la P. candidata, se identifica a quien le responde y se escribe su nombre. Si se trata de un contenido original, se coloca el nombre de la candidatura.
Género del autor(a) del hilo o conversación	Mujer u hombre, según se identifique quien motiva la conversación.
Cargo del autor(a) del hilo o conversación	Función que desempeña la persona que origina o motiva la conversación.

Tipo de entrada en el hilo o conversación	<ul style="list-style-type: none"> • Original: Si la publicación es creada por la persona candidata. • Retuit: Cuando la persona candidata retuitea o cita la publicación de alguien más. • Respuesta: Cuando el RS responde directamente a otra publicación.
---	--

Elaboración CNCS, noviembre 2023

4. **¿Para qué usaron la red social X?** En este apartado se identifican los propósitos de las publicaciones de las candidaturas, así como el tipo de mensajes que emitieron durante campaña y a quién o quiénes se dirigieron.

Uso de Red Social X	
Uso	<p>Se identifica el objetivo de las publicaciones, es decir, qué quisieron comunicar las personas candidatas a las y los electores en campaña. Se distinguen seis propósitos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contra campaña. Las personas candidatas utilizan su cuenta en la red social X para criticar o atacar a sus adversarios. 2. Posicionamiento de imagen. A través de sus publicaciones las candidaturas buscan generar simpatía con el electorado. 3. Interacción con ciudadanía. Utilizan su red social para responder dudas o dar atención a usuarios y usuarias de la red social X. 4. Agenda. Se consideran las publicaciones donde las candidaturas promueven sus eventos de campaña y otras actividades. 5. Denuncias. Los casos donde las candidaturas aprovecharon el espacio para evidenciar algún hecho de violencia o problemática. 6. Propaganda. Se consideran los mensajes en los que se presentaron propuestas de campaña.
¿Qué comunica?	<p>Se identifican los tuits por tipo de mensaje y objetivo al que pertenecieron.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contra campaña: <ul style="list-style-type: none"> - Crítica a adversarios - Mensajes con VP • Posicionamiento de imagen: <ul style="list-style-type: none"> - Cercanía con la gente (interacciones frente a frente) - Uso de tendencias/Trend - Generar simpatía (tuits donde se muestra a las candidaturas como una persona ciudadana normal) • Interacción con ciudadanía <ul style="list-style-type: none"> - Respuestas directas - Menciones - Retuits o citas • Agenda: <ul style="list-style-type: none"> - Gira de campaña - Participación en debates • Denuncias: <ul style="list-style-type: none"> - Actos de violencia - Problemáticas o necesidades sociales • Propaganda: <ul style="list-style-type: none"> - Propuestas de campaña - Discursos - Promoción del voto - Tuits de apoyo (hacia otras candidaturas)

	- Imagen del partido (mensajes institucionales, donde la persona candidata no es protagonista)
¿A quién va dirigida la publicación?	Se identifica si el mensaje en el RS se enfoca a un sector específico de la población o a la sociedad en general.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

5. **Crítica.** Se identifica si el RS publicado por la candidatura dirige una crítica hacia otra persona candidata o fuerza política.

Crítica	
Registro con crítica	Se responde Sí o No, según corresponda.
P. candidata o fuerza política que se critica	Se identifica a la candidatura mencionada, partido político, acto o actora política, o No aplica en su defecto.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

6. **Violencia.** Aunque se reconocen como contra campaña los RS que afectaron políticamente a otras candidaturas, este apartado también aporta hallazgos complementarios al análisis como reconocer a las personas afectadas, el tipo y la difusión de los hechos de violencia. En otras situaciones, también para identificar si en una publicación pueden converger más de un propósito o uso de la red social X; por ejemplo, si un RS que busca promover una propuesta de campaña se apoya de calumnias o difamaciones hacia un contrincante.

Violencia	
Registro con violencia	Sí o No
Tipo de violencia (VP o V)	Si la persona afectada es candidata, se registra como VP. Si el hecho que se identifica corresponde a otras personas se coloca V. O No aplica si la respuesta anterior es No.
¿La violencia contiene elementos de género para configurar un hecho de VPMRG?	Sí, No o No aplica, según corresponda.
Tipo de VPMRG	Clasificar con base en la Tabla 14
Tipo de VP	Clasificar con base en la Tabla 15
Hecho de violencia	Clasificar de acuerdo con las Tablas 14 y 15
Prueba	Se presenta el texto donde se expresa el hecho de violencia de manera contundente.
Difusión	Clasificar con base en la Tabla 13
Nombre de quien difunde la violencia	Se identifica a quien declara, acusa o denuncia el hecho de violencia.
Género de quien difunde la violencia	Mujer u hombre, según se identifique.
Candidatura	Sí, No o No aplica
Cargo	Clasificar con base en la Tabla 7
Institución	Se identifica a cuál organismo, partido político o coalición pertenece la persona que aborda el hecho de violencia.
GSD	Se identifica en GSD al que pertenece la persona que aborda el hecho de violencia.
Persona afectada	Nombre de la víctima del hecho de violencia.

Elaboración CNCS, noviembre 2023

Anexo 2. Obtención de la muestra

FICHA TÉCNICA DE DETERMINACIÓN DE MUESTRA ANALIZADA MEDIOS CONVENCIONALES

Muestra analizada

Con la intención de garantizar la representación de cada subgrupo que compone el universo de la información recabada en medios convencionales -sobre la participación política de las mujeres en el PEL 2022-2023 llevado a cabo en los estados de Coahuila y México- se analizará una muestra estratificada por tipo de medio, correspondiente a las notas publicadas tanto durante el periodo de las campañas como durante el desarrollo de la jornada electoral, considerando un margen de error de muestreo de $\pm 5\%$ y un nivel de confianza de 95% para ambas.

Cuadro 1. Muestra estratificada de información a analizar en notas en medios de comunicación durante las campañas electorales

<i>Tipo de medio (subgrupos)</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>Portales de Internet</i>	<i>9,429</i>	<i>313</i>	
<i>Prensa</i>	<i>1,156</i>	<i>37</i>	
<i>Radio</i>	<i>361</i>	<i>11</i>	± 5.0
<i>Televisión</i>	<i>740</i>	<i>22</i>	
<i>Total</i>	<i>11,686</i>	<i>371</i>	

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS. Agosto 2023.

Cuadro 2. Muestra estratificada de información a analizar en notas en medios de comunicación durante la jornada electoral

<i>Tipo de medio (subgrupos)</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>Portales de Internet</i>	<i>1,661</i>	<i>281</i>	
<i>Prensa</i>	<i>79</i>	<i>18</i>	
<i>Radio</i>	<i>19</i>	<i>4</i>	± 5.0
<i>Televisión</i>	<i>56</i>	<i>14</i>	
<i>Total</i>	<i>1,815</i>	<i>317</i>	

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS. Agosto 2023.

**FICHA TÉCNICA DE DETERMINACIÓN DE MUESTRA ANALIZADA
REDES SOCIALES**

Muestra analizada

Con la intención de analizar la conversación en la red social de Twitter -sobre la participación política de las mujeres en el PEL 2022-2023 llevado a cabo en los estados de Coahuila y México- se analizará una muestra aleatoria simple, correspondiente a los tuits publicados durante el periodo de las campañas electorales, considerando un margen de error de muestreo de $\pm 5\%$ para el estado de Coahuila y de $\pm 3\%$ para el Estado de México, con un nivel de confianza de 95% para ambas entidades.

Cuadro 1. Muestra de información a analizar sobre la conversación social en Twitter

<i>Estado</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error</i>
<i>Coahuila</i>	<i>38,718</i>	<i>381</i>	<i>$\pm 5.0\%^*$</i>
<i>Estado de México</i>	<i>212,922</i>	<i>1,062</i>	<i>$\pm 3.0\%^{**}$</i>

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

*** Considerando la gran cantidad de información recabada, se aumentó el tamaño de la muestra, por lo que el error se disminuyó a 3%*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS. Agosto 2023.

**FICHA TÉCNICA DE DETERMINACIÓN DE MUESTRA ANALIZADA
USO DE REDES SOCIALES POR PARTE DE LAS CANDIDATURAS**

Muestra analizada

Con la intención de garantizar la representación de cada subgrupo que compone el universo de la información recabada en Twitter, sobre el uso que las candidaturas a las gubernaturas de Coahuila y Estado México dieron a su cuenta de esta red social, en el contexto del PEL 2022-2023, se analizará una muestra estratificada de los *timelines* de las cuentas pertenecientes a las y las candidatas contendientes, considerando un margen de error de muestreo de $\pm 5\%$ y un nivel de confianza de 95% para ambas.

Cuadro 1. Muestra estratificada de los *timelines* de las cuentas de Twitter de los candidatos a la gubernatura del estado de Coahuila durante la campaña electoral

<i>Cuenta de Twitter (subgrupos)</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>aguadiana</i>	511	83	
<i>leninperezr</i>	356	58	
<i>manolojim</i>	851	139	± 5.0
<i>RicardoMeb</i>	236	38	
Total	1,954	318	

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS. Agosto 2023.

Cuadro 2. Muestra estratificada de los *timelines* de las cuentas de Twitter de las candidatas a la gubernatura del Estado de México durante la campaña electoral

<i>Cuenta de Twitter (subgrupos)</i>	<i>Total</i>	<i>Muestra</i>	<i>Error*</i>
<i>AlejandraDMV</i>	721	138	
<i>delfinagomez</i>	901	172	± 5.0
Total	1,622	310	

**Error máximo asociado a una proporción del 50%, con un nivel de confianza del 95%.*

Fuente: Elaboración propia a partir de información de las bases de datos institucionales de la CNCS. Agosto 2023.

Anexo 3. Bases de datos

Capítulo 1. Medios convencionales: Base cobertura en RP clasificada PEL 2022-2023.xlsx

<https://goo.su/BgTWz>

Capítulo 2. Red social X: Base conversación en RS Clasificada PEL 2022-2023.xlsx

<https://goo.su/JqAMfy>

Capítulo 3: Red social X: Base uso de X candidaturas PEL 2022-2023.xlsx

<https://goo.su/ppkhz>

Anexo 4. Índice de gráficas, imágenes y tablas

Gráfica 1. Tipo de medios convencionales _____	9
Gráfica 2. Tipo de género periodístico _____	9
Gráfica 3. Autores de los RP por género _____	10
Gráfica 4. Titular del medio por género _____	10
Gráfica 5. Cobertura de los procesos electorales _____	11
Gráfica 6. Tipo de RS en el Estado de México _____	12
Gráfica 7. Tipo de RS identificados en Coahuila _____	12
Gráfica 8. Género de GC en la conversación del Estado de México _____	14
Gráfica 9. Género de GC en la conversación de Coahuila _____	14
Gráfica 10. Fuentes informativas en los RP _____	15
Gráfica 11. Género de las fuentes informativas _____	16
Gráfica 12. Candidaturas por género como fuentes informativas _____	17
Gráfica 13. Género de fuentes P.C. a Gubernatura _____	17
Gráfica 14. Género de fuentes P.C. a DL _____	18
Gráfica 15. Cobertura mediática _____	18
Gráfica 16. GSD como fuentes _____	19
Gráfica 17. Menciones a P. Candidatas por género _____	19
Gráfica 18. Candidaturas mencionadas por cargo _____	20
Gráfica 19. Género de candidaturas a diputaciones locales _____	20
Gráfica 20. Género de candidaturas a Gubernaturas _____	20
Gráfica 21. Violencia en los RP _____	21
Gráfica 22. Tipo de violencia hacia candidatas y funcionarias públicas _____	22
Gráfica 23. Tipo de VP hacia candidatas y funcionarias _____	22
Gráfica 24. Hechos de VP hacia candidatas y funcionarias públicas _____	23
Gráfica 25. Difusión de la VP hacia candidatas _____	23
Gráfica 26. Género de quien acusa la VP _____	24
Gráfica 27. Género de quien declara la VP hacia las candidatas o funcionarias públicas _____	24
Gráfica 28. Cargo de la persona que acusa la VP hacia candidatas o funcionarias públicas _____	25
Gráfica 29. Cargo de la persona que declara la VP hacia candidatas o funcionarias _____	25
Gráfica 30. Candidatas más afectadas por VP _____	26
Gráfica 31. Tipo de VP que afectó a Delfina Gómez _____	26
Gráfica 32. Hechos de VP hacia Alejandra Del Moral _____	27
Gráfica 33. Comparación de tipo de VP entre candidaturas _____	28
Gráfica 34. Comparación de hechos de VP entre candidaturas _____	29
Gráfica 35. Tipo de VPMRG hacia candidatas y funcionarias públicas _____	29
Gráfica 36. Hechos de VPMRG hacia candidatas y funcionarias _____	30
Gráfica 37. Difusión de la VPMRG hacia candidatas o funcionarias _____	31
Gráfica 38. Género de quien declara la VPMRG hacia las candidatas o funcionarias _____	31
Gráfica 39. Cargo de quien declara la VPMRG contra candidatas o funcionarias _____	32
Gráfica 40. Candidatas y funcionarias afectadas por VPMRG _____	32
Gráfica 41. VPMRG hacia Delfina Gómez _____	33
Gráfica 42. Hechos de VPMRG hacia Delfina Gómez _____	34
Gráfica 43. Hechos de VPMRG hacia Alejandra Del Moral _____	35
Gráfica 44. Críticas en los RP _____	36
Gráfica 45. Género de quienes realizan las críticas _____	36

Gráfica 46. Candidaturas criticadas _____	37
Gráfica 47. RP con temas _____	38
Gráfica 48. Temas en los RP _____	39
Gráfica 49. Género de quienes emiten las ofertas políticas _____	39
Gráfica 50. Cargo de quienes realizan las ofertas políticas _____	40
Gráfica 51. P. Candidatas que emitieron ofertas políticas _____	41
Gráfica 52. ¿A quién se dirigen las ofertas políticas? _____	41
Gráfica 53. Fuentes de los RP _____	42
Gráfica 54. Comparativo por género de las fuentes _____	42
Gráfica 55. Fuentes candidaturas por periodo _____	43
Gráfica 56. Cargo de las fuentes en la Jornada _____	43
Gráfica 57. Candidaturas fuentes por cargo y periodo _____	44
Gráfica 58. Comparativo cobertura a candidatas por género de periodistas y periodo _____	44
Gráfica 59. Fuentes GSD en la jornada _____	45
Gráfica 60. Comparativo de menciones a candidaturas por periodo _____	45
Gráfica 61. Cargo de candidaturas mencionadas en jornada _____	46
Gráfica 62. Menciones P.C. a Gubernatura en jornada _____	46
Gráfica 63. Menciones P.C. D.L. en la jornada _____	46
Gráfica 64. Hechos de VP hacia candidatas y funcionarias públicas en jornada _____	47
Gráfica 65. Comparativo RP con VP por periodo _____	47
Gráfica 66. Comparativo por tipo de VP hacia candidatas y funcionarias por periodo _____	48
Gráfica 67. Difusión de la VP hacia candidatas y funcionarias en jornada _____	48
Gráfica 68. Declaración de la VP hacia candidatas y funcionarias en jornada _____	48
Gráfica 69. Cargo de quien declara la VP hacia las candidatas y funcionarias en jornada _____	49
Gráfica 70. Hechos de VP hacia Alejandra Del Moral en jornada _____	49
Gráfica 71. Hechos de VP hacia Delfina Gómez en jornada _____	50
Gráfica 72. Comparativa por periodo de hechos VP hacia candidatas y funcionarias _____	51
Gráfica 73. Comparativa por periodo de hechos de VP hacia candidatos _____	52
Gráfica 74. Hechos de VPMRG hacia candidatas y funcionarias en jornada _____	52
Gráfica 75. Comparativo de difusión de la VPMRG por periodo _____	53
Gráfica 76. Género de quien declara la VPMRG en jornada _____	53
Gráfica 77. Cargo de quien declara la VPMRG en jornada _____	53
Gráfica 78. Hechos de VPMRG hacia Delfina Gómez en jornada _____	54
Gráfica 79. RP con críticas en jornada _____	55
Gráfica 80. Género de quienes criticaron en jornada _____	55
Gráfica 81. RP con temas en jornada _____	56
Gráfica 82. Temas en los RP en jornada _____	57
Gráfica 83. ¿Quién refiere a la violencia electoral? _____	57
Gráfica 84. Cargo de quienes refieren a la violencia electoral _____	58
Gráfica 85. Cargo de quienes refirieron a las ofertas políticas en jornada _____	58
Gráfica 86. Género de quienes refirieron a las ofertas políticas en jornada _____	58
Gráfica 87. ¿A quién pertenecían las ofertas políticas? _____	59
Gráfica 88. Población objetivo de las ofertas políticas en jornada _____	59
Gráfica 89. Sentimiento de los RS en el Estado de México _____	62
Gráfica 90. Sentimiento de los RS en Coahuila _____	62
Gráfica 91. Sentimiento por tipo de RS en el Estado de México _____	62

Gráfica 92. Sentimiento por tipo de RS en Coahuila _____	62
Gráfica 93. Personas candidatas mencionadas en los RS del Estado de México _____	63
Gráfica 94. Personas candidatas mencionadas en Coahuila _____	63
Gráfica 95. Candidaturas mencionadas por tipo de RS en Coahuila _____	64
Gráfica 96. Candidaturas mencionadas por tipo de RS en el Estado de México _____	65
Gráfica 97. Sentimiento registrado por candidatura mencionada en el Estado de México _____	66
Gráfica 98. Sentimiento registrado por candidatura mencionada en Coahuila _____	66
Gráfica 99. RS con violencia en el Estado de México _____	69
Gráfica 100. RS con violencia en Coahuila _____	69
Gráfica 101. Personas afectadas por VP en los RS del Estado de México _____	70
Gráfica 102. Personas afectadas por VP en los RS de Coahuila _____	71
Gráfica 103. Tipos de VP en los RS del Estado de México _____	72
Gráfica 104. Tipos de VP en los RS de Coahuila _____	72
Gráfica 105. Género de P. Candidatas afectadas por VP en Coahuila _____	73
Gráfica 106. Casos de VPMRG frente a casos de VP en el Estado de México _____	75
Gráfica 107. Casos de VPMRG frente a casos de VP en Coahuila _____	75
Gráfica 108. Tipo de VPMRG en el Estado de México _____	76
Gráfica 109. Número de hechos de violencia simbólica en el Estado de México _____	76
Gráfica 110. Número de hechos de violencia simbólica a través de sesgos de género en el Estado de México _____	81
Gráfica 111. Otras manifestaciones de VPMRG en el Estado de México _____	84
Gráfica 112. Género de quienes cometieron VPMRG en el Estado de México _____	86
Gráfica 113. Cargo de quienes cometieron VPMRG en el Estado de México _____	86
Gráfica 114. RS con crítica en el Estado de México _____	87
Gráfica 115. Género de quienes realizaron una crítica en el Estado de México _____	88
Gráfica 116. ¿A quiénes se criticó en el Estado de México? _____	88
Gráfica 117. Género de quienes realizaron una crítica en Coahuila _____	89
Gráfica 118. ¿A quiénes se criticó en Coahuila? _____	89
Gráfica 119. ¿Quién usó más X en México? _____	92
Gráfica 120. ¿Quién usó más X en Coahuila? _____	92
Gráfica 121. Publicaciones originales creadas por los candidatos _____	92
Gráfica 122. Respuestas de candidatos en X _____	93
Gráfica 123. Retuits de candidatos en X _____	93
Gráfica 124. Publicaciones originales creadas por las candidatas _____	93
Gráfica 125. Tipo de sentimiento por RS de las candidatas _____	94
Gráfica 126. Tipo de sentimiento por RS de los candidatos _____	95
Gráfica 127. RS con crítica por candidata _____	96
Gráfica 128. ¿A quién se dirigen las críticas de las candidatas? _____	96
Gráfica 129. RS en los que se criticó a algún adversario _____	97
Gráfica 130. Personas o fuerzas políticas criticadas _____	97
Gráfica 131. RS con violencia en Coahuila _____	98
Gráfica 132. Uso de X por candidata _____	100
Gráfica 133. Uso de X Manolo Jiménez _____	101
Gráfica 134. Uso de X Armando Guadiana _____	101
Gráfica 135. Uso de X Lenin Pérez _____	101
Gráfica 136. Uso de X Ricardo Mejía _____	101

Gráfica 137. Público objetivo de Alejandra Del Moral	102
Gráfica 138. Público objetivo de Delfina Gómez	103
Gráfica 139. Público objetivo de Manolo Jiménez	103
Gráfica 140. Público objetivo de Armando Guadiana	104
Gráfica 141. Público objetivo de Lenin Pérez	104
Gráfica 142. Público objetivo de Ricardo Mejía	105
Tabla 1. Número de RS en estado México y casos de VP que incluyeron	69
Tabla 2. Número de RS en Coahuila y casos de VP que incluyeron	70
Ilustración 1. Ejemplo de daño moral y difamación en RS del Estado de México	73
Ilustración 2. Ejemplo de ilegalidad en RS de Estado de México	74
Ilustración 3 Ejemplo de ilegalidad en RS del Estado de México	74
Ilustración 4. Caso de violencia simbólica – Agresión verbal	77
Ilustración 5. Caso de Violencia simbólica en Coahuila – Refuerza subordinación	78
Ilustración 6. Caso de Violencia Simbólica 1 El Estado de México – Refuerza subordinación	79
Ilustración 7. Caso de Violencia Simbólica 2 En el Estado de México – Refuerza subordinación	79
Ilustración 8. Caso de Violencia Simbólica en el Estado de México – Agresión a través de Imágenes	80
Ilustración 9. Caso de Violencia Simbólica en el Estado de México - Estereotipos	82
Ilustración 10. Caso de Violencia Simbólica en el Estado de México – Estereotipos	83
Ilustración 11. Caso de VPMRG en el Estado de México – Violencia Mediática	85
Ilustración 12 Ejemplo de violencia registrada en <i>timeline</i> de candidata	99

Bibliografía

- Agamben, G. (2011). *¿Qué es un dispositivo?* Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0187-01732011000200010&script=sci_arttext
- Basaglia, F. (1987). *Mujer, locura y sociedad*. Puebla : Universidad Autónoma de Puebla.
- Código Electoral del Estado de México* . (2022). Obtenido de <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/gct/2022/julio/jul112/jul112b.pdf>
- DOF. (01 de 06 de 2023). *Ley General de Acceso de las Mujeres a una vida libre de violencia*. Obtenido de https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5619905&fecha=01/06/2021#gsc.tab=0
- EIEconomista. (22 de junio de 2023). México retrocede dos lugares en el Índice Global de Brecha de Género 2023. Obtenido de <https://goo.su/9Wzq8KH>
- Federici, S. (2010). *Calibán y la bruja. Mujeres, cuerpos y acumulación originaria*. Madrid : Traficantes de sueños.
- Gallup. (8 de marzo de 2021). *Latin America: Ready for Women to Lead*. Obtenido de <https://goo.su/OnuSGED>
- Gobierno del Estado de México. (2024). *Constitución política del estado Libre y Soberano de México*. Obtenido de <https://legislacion.edomex.gob.mx/sites/legislacion.edomex.gob.mx/files/files/pdf/ley/vig/leyvig001.pdf>
- Gómez, G. O. (1987). *Televisión y Producción de Significados*. Obtenido de <https://goo.su/41EkW>
- IEC. (2023). *Conóceles: candidatas y candidatos*. Obtenido de <https://www.conoceles-coahuila.org/2023/>
- IEC. (2023). *PREP de IEC*. Obtenido de <https://goo.su/vTbr3>
- INE. (2018). *Guía para medios de comunicación y partidos políticos*. Obtenido de <https://goo.su/NHRlbo>
- INE. (diciembre de 2023). *Estadísticas Lista Nominal y Padrón Electoral*. Obtenido de <https://www.ine.mx/credencial/estadisticas-lista-nominal-padron-electoral/>
- INEGI. (2020). *Censo 2020. Tabulados básicos*. Obtenido de <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#tabulados>

- INEGI. (2022). *Módulo sobre Ciberacoso*. Obtenido de MOCIBA:
https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/mociba/2022/doc/mociba2022_resultados.pdf
- INEGI. (7 de diciembre de 2022). *Producto Interno Bruto por entidad federativa*. Obtenido de
<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/PIBEF/PIBEF2022.pdf>
- Lagarde , M. (2005). *Los cautiverios de las mujeres: madresposas, monjas, putas, presas y locas*. Ciudad de México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Leñero, V., & Marín, C. (1986). *Manual de Periodismo*. D.F., México: Editorial Grijalvo. Obtenido de
<https://israelleon.files.wordpress.com/2011/09/12855838-manual-de-periodismo-vicente-lenero-y-carlos-marin.pdf>
- O`Coronell , H. (1993). *Women and Conflict*. Oxford: Oxfu.
- PNUD. (6 de diciembre de 2023). *Encuentro “Mujeres en el poder ejecutivo” busca generar soluciones conjuntas para erradicar la Violencia Política en Razón de Género*. Obtenido de
<https://goo.su/Q8Qej>
- Ruíz, E. E. (2012). *Comunicación y Política*. Ciudad de México: Instituto Federal Electoral.
- Serret, E. (2006). *Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación*. Obtenido de
<https://goo.su/pALNqU>
- Serret, E. (2006). *Discriminación de Género. Las consecuencias de la democracia*. . Obtenido de Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación: <https://goo.su/pALNqU>
- Soto , P. (2012). El miedo de las mujeres a la violencia en la Ciudad de México. Una cuestión de justicia espacial. *INVI*, 27(75), 145-169.
- Valcárcel, A. (1997). *La política de las mujeres*. Madrid: Cátedra.
- WEF. (2023). *Global Gender Gap Report*. Cologny/Geneva: World Economic Forum. Obtenido de
<https://goo.su/Y4iqf>